

Sommaire / Summary

🌿 Asia emerges strong in global garment exports	1
🌿 Bangladesh RMG factories become more sustainable	4
🌿 Bangladesh : irregularities in RMG units	5
🌿 Cambodia : GMAC to host fashion show for Cambodian garment workers	6
🌿 Cambodia speeds up port developments as exports soar	7
🌿 China's stockpiling might lead to cheaper jeans	9
🌿 Chine : retards de paiement ;	10
🌿 Chine : 80 % des entreprises touchées par le risque d'impayés	12
🌿 Egypt garment sector eyes ways to boost performance	15
🌿 Ethiopia : a strong destination for apparel sourcing	16
🌿 France : Adoption d'une proposition de loi sur le devoir de vigilance	19
🌿 Maroc : Casablanca, capitale mondiale du textile	20
🌿 Maroc : la montée de la chaîne de valeur	24
🌿 Maroc : 29 conventions d'investissement signées, pour 713 MDH	27
🌿 Maroc : le poids du textile dans le tissu économique	29
🌿 Maroc : le marché local textile-habillement évalué à 45 milliards de DH	31
🌿 Maroc : le cluster « textile technique » décline son plan d'action	33
🌿 Maroc : Moulay Hafid Elamy veut sécuriser l'amont du secteur textile	34
🌿 Maroc : Et si le secteur textile disparaissait ?	37
🌿 Monde : Le SMIC des principaux fournisseurs d'habillement de l'UE	39
🌿 Pakistan's exports to EU plunge by 12 % in first 11 months 2015	41
🌿 Sri Lanka to regain EU duty free import status in 2017	42
🌿 Tunisie : des atouts à valoriser	43
🌿 Tunisie : signature d'une convention entre GPHT et Messe Frankfurt	43
🌿 Tunisie : Belhassen Ghrab expose les problèmes du textile à Slim Chaker	44
🌿 Tunisie : la CONECT et Messe Frankfurt France au secours des textiliens tunisiens	45
🌿 Vietnam : le pays vise 30 milliards d'exportations textiles	46
🌿 Vietnam needs \$15 billion for weaving, dyeing industry	49
🌿 Vietnam's textile and apparel sector remain passive	51
🌿 Vietnam's textile & garment industry feared to fall into foreign hands	53
🌿 Vietnam : World Bank's promotes better energy, water use in textile sector	56
🌿 World : the risk and opportunity of greater transparency in supply chain	58

ASIA EMERGES STRONG IN GLOBAL GARMENT EXPORTS

"The strong performance of garment exports in Vietnam, Bangladesh and Cambodia has not been replicated across all of Asia's economies that rely heavily on apparel earnings. China, the continent's behemoth in apparel exports, finally seems to be feeling the impact of rising domestic costs. Myanmar, an important emerging player in the sector, also had a mixed year, with strong growth in apparel export volumes being offset by a steep depreciation of the local currency, the kyat, resulting in a drop in the US-dollar value of garment earnings."

Garment exporters in the Asian region by and large outperformed their rivals across the globe. Most of these countries occupy the lower end of the apparel value chain but the RMG sectors stable performance has highlighted its importance in the development of these emerging markets. According to estimates, last year was not too good for many Asian exporters. However, while commodities and electronics exporters suffered, apparel sector did remarkably well.

Apparel exports outperform



During last year, apparel exports remained a bright spot for many countries. In Bangladesh for example, exports rose by 6.5 per cent on

average in 2015, and in Vietnam they were up by 8 per cent. A key growth driver in both instances was the strong expansion in exports of apparel. Readymade garments accounted for 69.6 per cent of Bangladesh's exports in the first 11 months of 2015, according to data from Bangladesh Bank, and increased by 6.1 per cent year on year over that period in local-currency terms. Vietnam government data show textiles and garments made up 14.1 per cent of total exports in 2015 but they increased strongly at 9.6 per cent in the year.

In Cambodia too, apparel sector dominates exports but has faced challenges over the past couple of years due to labour unrest and surging wages. However, here too, the garment sector played a role in supporting overall exports in 2015. According to National Bank of Cambodia data, total garment exports were up by 10.6 per cent year on year in US-dollar terms in the first three quarters of 2015, aided by more stable industrial relations.

The strong performance of garment exports in Vietnam, Bangladesh and Cambodia has not been replicated across all of Asia's economies that rely heavily on apparel earnings. China, the continent's behemoth in apparel exports, finally seems to be feeling the impact of rising domestic costs. Myanmar, an important emerging player in the sector, also had a mixed year, with strong growth in apparel export volumes being offset by a steep depreciation of the local currency, the kyat, resulting in a drop in the US-dollar value of garment earnings.

Asia leads global garment market

US government's Office of Textiles and Apparel (OTA) data show that US imports of apparel products amounted to \$103.8 billion for the first 11 months of 2015, and Asian suppliers accounted for roughly three-quarters of this total. China's share of the US market remains highest, at 38.8 per cent but it was down from 39.1 per cent in the same period of 2014. The share of apparel and garment imports from members of the Association of South-East Asian Nations (ASEAN), by contrast, edged up to 19.7 per cent in January–November 2015, from 19.2 per cent in the year-earlier period. This was largely owing to higher imports from Vietnam: other ASEAN nations such as Indonesia, Thailand and the Philippines lost market share.

The share of South Asian economies in US garment and textile imports was close to that of ASEAN, at 15.4 per cent. India's garment and textile exports to the US rose by 8.8 per cent year on year in January–November 2015, while those from Sri Lanka were up by 16 per cent. (Bangladesh's exports to the US, up by 11.7 per cent, were more in line with the overall domestic apparel export performance.) The region's biggest disappointment was Pakistan, where exports of both apparel and textiles to the US fell as demand shifted more to synthetic fibers.

Exchange rates may shake up things

Within Asia and other emerging markets, the big shifts in currency exchange rates in recent months will probably have a significant impact on apparel trade

in the next few years. Margins in the sector tend to be narrow, and currency movements can have a significant effect on national competitiveness.

However, many of the underlying trends evident in 2015 look set to continue. China's rising domestic costs are unlikely to be fully offset by the depreciation of the Yuan expected to in 2016. Garment sectors in India and Sri Lanka will continue to struggle with lackluster EU demand in the next few years but their rising sales in the US will provide some offsetting support. The rise of apparel producers in Bangladesh and Vietnam has been evident for several years, and there is no sign that their share of the global market will peak in the near future.

However, mid-tier producers in countries like Cambodia, Indonesia, the Philippines, Thailand and Pakistan will have to do more to match their rivals in this increasingly tough market. Prospects for the garment sector in all five countries look fragile, particularly as new and even cheaper countries like Myanmar emerge as potential sites for production. Apparel exports may be holding up better than those of commodities and electronics, but competition in the sector remains brutal.



WEDNESDAY, 23 MARCH 2016 18:38

BANGLADESH RMG FACTORIES BECOME MORE SUSTAINABLE

Bangladesh's readymade garment factories are getting environment-friendly. The aim is to create a brand image, improve productivity, reduce health and safety hazards at the workplace and the cost of doing business. The objective of the readymade garment sector is to achieve internationally recognised standards of working conditions in garment factories.

Since Canada is one of the global leaders in green industries, Bangladesh may use the Canadian experience to transform its enterprises. CSR activities make a company innovative and competitive. Slips and trips, falls from heights, back pain, muscular skeletal disorders, occupational asthma, hearing loss, fire, stress and fatigue are the main symptoms of ill-health and accidents at work.

Eco-friendly units help reduce the cost of doing business as they use energy-efficient machinery, consume less electricity and water and increase productivity. Buyers also prefer an environment-friendly factory while placing orders as, among others, it offers comfortable working conditions for workers.

Since the industry in Bangladesh has a vision of touching \$50 billion in exports by 2021, a green approach can help the industry achieve the target. Bangladesh has made significant progress in the readymade garment sector over the past two years and major reforms have been undertaken to improve safety, security and labor rights.



MONDAY, 21 MARCH 2016 17:58

IRREGULARITIES IN BANGLADESH RMG UNITS

Several irregularities have been detected in Bangladesh's readymade garment industry. Workers are deprived of their lawful rights and benefits. Nearly 18 per cent of factories don't provide appointment letters or identity cards to their workers.

About 47 per cent of apparel factories are engaged in operation without taking prior permission from the authorities concerned for extra hours put in by their workers. Only three per cent units allow trade unions. The extent of irregularities in subcontracting and small and medium-sized units is still high. A significant number of units have failed to ensure pure drinking water and sanitation facilities for their workers.

However, changes have taken place in the last two years. The extent of labor unrest has decreased significantly. There are improvements especially related to labour rights. The compliance culture is gradually developing and more awareness is needed among factory owners and management in this regard. Workplace safety has improved, but more is needed.

Quite a few factories give maternity leave and allowance and have group insurance for their workers. About 53 per cent of the factories inspected have participation committees while 57 per cent of them have safety committees. Factory owners are investing huge money to ensure safety at their units.



MONDAY, 21 MARCH 2016 17:55

GMAC TO HOST FASHION SHOW FOR CAMBODIAN GARMENT WORKERS

Cambodia will host a beauty contest with a difference. As the Ministry of Labour is bringing back a beauty pageant for garment workers, which unions and commentators have deemed 'regressive' distraction from deep-seeded inequalities in the sector. The government has teamed up with the Garment Manufacturers Association in Cambodia (GMAC) and PNN TV for the pageant, which last year saw entrants compete for a first-place prize of \$300 – more than double the \$140 monthly minimum wage of a garment worker. The participants will be workers in the garment industry. Women have to be at least 1.58 meters tall and men have to be 1.62 meters. The contest aims to serve as effective advertising for the garment industry and to give women a chance to show off their beauty in public.

There are criticisms the focus should be on paying workers above the minimum wage, adjusting long hours, and improving safety in hot, crowded factories. The argument is that merely because there are a lot of women workers applying for it, that doesn't mean they support it. It just means they want to earn money any way possible. The only contest that should be conducted for the dignity of garment workers is for brands to compete on the wages of workers. So it should be a competition on who gives workers a living wage rather than a beauty contest which is plain regressive and undignified.

But some women are looking forward to it. They feel this is a good chance for garment workers to compete on TV and to speak out on a national platform about life in a garment factory so the public can know about their lives and struggles.



Cambodia speeds up port developments as exports soar

MARCH 8TH, 2016  SAM CHAMBERS ASIA, PORTS AND LOGISTICS COMMENTS

Growing export powerhouse Cambodia is speeding up port development and looking for foreign investors as box volumes soar.

The \$12m second phase expansion at state-run the flagship box terminal run by Phnom Penh Autonomous Port (PPAP) has commenced earlier than planned. The terminal, located 30 km south of the capital, is making plans to double capacity. Last year it handled 145,000 teu, this year volumes are predicted to hit 160,000 teu, 10,000 higher than its actual design capacity.

The second phase development will be completed next year. A third phase is already in the planning stage which would take the port's capacity to 500,000 teu by 2028.

The port expansion comes as the Southeast Asian nation climbs the manufacturing ranks. Cambodia surpassed Vietnam in garment and textile exports to the European Union (EU) last year. In 2015, Cambodia's garment exports, shipped largely to the EU and the US, were valued at \$5.7bn, up by almost 7% on the previous year.

Prime Minister Hun Sen said yesterday Cambodia needed to rapidly increase investment in its road, rail, sea and air links if it is to take advantage of regional integration and remain internationally competitive.

Speaking at the annual Cambodia Outlook Conference organized by the Cambodia Development Resource Institute and ANZ Royal in Phnom Penh, the prime minister his government will develop a focused public-private partnership policy to help fund the country's massive infrastructure and logistics requirements. The politician also revealed plans to develop new rail links to neighbours Vietnam and Thailand while also improving navigation along the kingdom's inland waterways.



MONDAY, 21 MARCH 2016 18:00

CHINA'S STOCKPILING MIGHT LEAD TO CHEAPER JEANS

China planned a market-control strategy designed to support cotton farmers, with a sudden decline in export orders for China-made textiles and garments which in turn affect domestic cotton prices. Now they have too much.

China began stockpiling what has become 11 million metric tons of cotton in 2011, or 10 billion pairs of jeans. The program began in March of 2011 as an attempt to improve the livelihoods of Chinese farmers by setting a floor prices. Unfortunately, cotton prices fell leaving China with 60 per cent of the world's cotton stockpiles. However, cotton does not keep forever. An auction of the stockpile is scheduled within the coming months.

Said Lucy Craymer of the Wall Street Journal in Hong Kong about how the sale. It's important to note that this cotton isn't probably going to end up on the global market. However, China makes up about 30 per cent of global cotton consumption. So if Chinese producers are using this cotton rather than cotton from elsewhere, it means there just isn't demand there. We've already seen demand for cotton from China drop substantially. We're already starting to see that cotton is trending down about 8 per cent this year. It's going to have a huge impact as we go forward.

Stockpiling is something that happens not just to make money, but because you are trying to help farmers out there who are suffering from low prices.

16/03/2016

RISQUE PAYS ET ÉTUDES ÉCONOMIQUES

RARES SONT LES ENTREPRISES EN CHINE ÉPARGNÉES PAR LES RETARDS DE PAIEMENT EN 2015: 80 % DES ENTREPRISES TOUCHÉES

D'après une nouvelle enquête de Coface sur la gestion du risque de crédit auprès d'un millier d'entreprises installées en Chine, le comportement de paiement local a continué de se dégrader en 2015 : 8 entreprises sur 10 ont connu des problèmes d'impayés. Coface prévoit un ralentissement de la croissance chinoise à 6,5 % en 2016 (après 6,9 % en 2015). D'autres inquiétudes pèsent sur le marché chinois cette année : un endettement élevé, les surcapacités qui frappent de nombreux secteurs d'activité, les pressions à la baisse sur la devise chinoise et la volatilité des marchés boursiers. A court terme, les défauts de paiement ne devraient pas connaître d'amélioration.

LES RETARDS DE PAIEMENT SE POURSUIVENT, MALGRÉ UNE POLITIQUE DU CRÉDIT PLUS PRUDENTE

En 2015, les conditions de crédit offertes aux entreprises chinoises se sont encore détériorées, reflétant une politique plus prudente d'octroi de crédit aux clients. Il s'agit très certainement du résultat conjugué d'une expérience de paiement dégradée ces dernières années, d'une confiance en berne et d'une croissance plus lente.

Les risques ont augmenté : 80,6 % des entreprises interrogées ont enregistré des retards de paiement en 2015 (contre 79,8 % en 2014). 58,1 % de ces sociétés ont également déclaré une augmentation de leur montant. Un pourcentage plus important d'entreprises (+4 points de pourcentage, soit 10 % du total) ont fait état d'un allongement de la durée moyenne des retards supérieurs à 150 jours. 17,9 % des entreprises ont dû faire face à des retards d'une durée particulièrement importante (supérieure à 180 jours) dont le montant était supérieur à 5 % de leur chiffre d'affaires annuel. L'augmentation des retards plus longs exerce des pressions supplémentaires sur la situation financière des entreprises.

Ces résultats sont en ligne avec les chiffres des prêts non-performants publiés par la China Banking Regulatory Commission, dont le pourcentage a atteint 1,59 % à fin 2015, soit le niveau le plus élevé depuis 2009 (contre 1 % en 2013) . Les prêts non-performants ont progressé de plus de 50 % au cours des trois premiers trimestres de 2015. Dans ce contexte, le risque lié à une hausse des défauts de paiements paraît non-négligeable.

L'ÉCONOMIE TROUBLÉE PAR UNE MULTITUDE DE DÉFIS EN 2016

Les entreprises chinoises, déjà pénalisées par des surcapacités et la faiblesse des profits, doivent désormais faire face à une augmentation du risque de faillite, les pouvoirs publics ayant décidé de s'atteler au problème des surcapacités et des « entreprises zombies ». Même si la croissance du crédit marque le pas, la dette privée continue de croître plus vite que le PIB. La Chine n'a pas encore amorcé un cycle de désendettement et les risques vont croissant. L'encours de la dette détenue par le secteur privé non financier a atteint 201 % du PIB en juin 2015, contre 114 % en juin 2008 et 176 % en juin 2013.

En 2015, le PIB chinois a enregistré une croissance de 6,9 %, la plus faible de ces 25 dernières années. Une croissance de 6,5 % prévue par Coface en 2016 constituerait un nouveau record. L'activité souffre du processus de rééquilibrage et de la faiblesse de la demande mondiale. Les pouvoirs publics mettent en œuvre les réformes nécessaires pour rééquilibrer la croissance en faveur de la consommation et du secteur tertiaire. Malgré un effet positif à moyen terme, ce rééquilibrage a des retombées négatives à court terme. Les entreprises et les profits sont pénalisés et le risque de crédit est exacerbé.

Les marchés d'actions en Chine ont connu un nouvel épisode baissier (-16 % au cours de la première semaine de janvier) et de volatilité. Le recours massif au margin finance (les investisseurs qui empruntent pour acheter des actions) a fait augmenter les risques de crédit et pourrait intensifier la spirale à la baisse. Parallèlement, le yuan a

enregistré un recul sans précédent, pour atteindre un plus bas depuis 5 ans face au dollar US au cours de la première semaine de janvier. La valorisation du yuan pâtit également des sorties de capitaux, accentuées par les craintes d'un ralentissement économique du pays.

Côté politique monétaire, la Banque populaire de Chine qui a amorcé un cycle d'assouplissement en novembre 2014 a, depuis, réduit le taux d'intérêt préférentiel à six reprises (165 points de base), abaissé le taux de réserves obligatoires des banques à 5 occasions (- 300 points de base) et injecté des liquidités dans l'économie (1,5 trillion RMB en janvier 2016 par le biais de différents mécanismes). Ces mesures d'assouplissement monétaire ne se sont cependant pas avérées très efficaces jusqu'à présent.

« La stratégie du gouvernement est ambiguë et les pouvoirs publics sont pris en étau entre deux objectifs. Ils doivent trouver un équilibre entre d'une part, soutenir la croissance du PIB afin d'éviter un "atterrissage brutal" et protéger l'emploi, et de l'autre, gérer le risque lié à la bulle de crédit. Dans le même temps, les entreprises chinoises sont confrontées à des défis croissants, tels que le niveau d'endettement très élevé assorti de coûts de financement qui ne cessent de progresser (malgré l'assouplissement monétaire), une faible rentabilité (imputable aux surcapacités observées dans certains secteurs) et la volatilité omniprésente sur les marchés de change et d'actions. Les mesures d'assouplissement monétaire n'ayant pas porté leurs fruits en 2015, Coface prévoit un nouveau train de mesures en 2016, les autorités chinoises s'efforçant d'éviter un atterrissage brutal de l'économie », commente Charlie Carré, économiste à Coface.

SECTEURS À HAUT RISQUE : LA CONSTRUCTION, LES MÉTAUX ET L'INFORMATIQUE

Le secteur de la construction apparaît comme le plus à risque, avec une situation qui se dégrade rapidement. 28,3 % des retards de paiement du secteur en situation dépassent 150 jours. Pour 57 % des entreprises interrogées, plus de 2 % de leur chiffre d'affaires sont concernés par des retards supérieurs à 180 jours. Dans les secteurs des métaux et de l'informatique, respectivement 13 % et 15,2 % de ventes à crédit sont affectés par les retards de paiement supérieurs à 150 jours. Les télécommunications sont également sous pression. Si certains secteurs bénéficient d'une position plus enviable, même ceux liés à la consommation des ménages, comme la distribution ou l'automobile, voient une détérioration de leurs délais de paiement.

LACROIX

En Chine, 80 % des entreprises touchées par le risque d'impayés

Antoine d'Abbundo, le 18/03/2016 à 15h50

On savait l'économie chinoise en difficulté. Une étude de Coface met en lumière les défis croissants auxquels sont confrontées les entreprises.



Ouvrier dans une usine de textile à Shishi, province de Fujian, en Chine, le 12 mai 2015. / AFP

Endettement élevé, surcapacité de certains secteurs industriels, pressions à la baisse sur le yuan, volatilité des marchés boursiers : on savait l'économie chinoise en difficulté. Une étude de Coface, expert en assurance-crédit à l'international, ajoute une ombre à ce tableau noir en pointant l'augmentation continue des risques d'impayés que doivent affronter les entreprises en Chine.

Un équilibre financier menacé

Selon l'enquête menée auprès de 1 000 sociétés manufacturières ou commerciales, 80,6 % d'entre elles ont été confrontées, en 2015, à des retards de paiement contre 79,8 % en 2014. Plus inquiétant encore : 58 % de ces compagnies ont déclaré une augmentation des montants concernés, tandis que 10 % affirment que la durée moyenne des retards qu'elles subissent est supérieure à 150 jours (contre 6 % en 2014).

« Une situation qui met une pression supplémentaire sur l'équilibre financier de ces entreprises chinoises déjà pénalisées par un fort niveau d'endettement, des surcapacités et la faiblesse des profits », note l'économiste Charlie Carré, auteure du rapport.

Des secteurs en surcapacité

Le secteur de la construction apparaît comme celui le plus risqué, avec une situation qui se dégrade rapidement : en 2015, 57 % des entreprises ont dû faire face à des retards de paiement de plus de six mois dont le montant était supérieur à 2 % de leur chiffre d'affaires. Elles n'étaient que 36 % dans cette situation en 2014.

Le secteur sidérurgique n'est pas moins épargné. En dix ans, la Chine s'est imposée comme l'un des plus grands pays producteur et consommateur de métaux, mais depuis 2014 le recul de la demande intérieure et internationale fait que les entreprises se trouvent désormais en surcapacité de production.

> À lire : Les douloureux « ajustements » de l'économie chinoise

La contre-performance du secteur des technologies de l'information est plus surprenante. Elle s'explique en grande partie par le fait que le marché domestique chinois est en train d'arriver à maturité. Ainsi, en 2015, la vente de smartphones n'a augmenté que de 0,5 % contre 20 % en 2014.

Le risque d'un « atterrissage brutal »

Engagé depuis quelques années dans un grand mouvement de réformes pour réorienter son économie vers le secteur tertiaire et la demande intérieure, Pékin est plus que jamais pris entre deux objectifs difficilement conciliables.

D'un côté poursuivre la marche en avant vers l'édification de « la société de moyenne aisance » décidée par le Parti communiste lors de son dernier congrès en 2012. De l'autre, maintenir un niveau d'activité suffisant pour éviter le scénario de « l'atterrissage brutal ».

À voir les difficultés auxquelles les entreprises chinoises sont confrontées, on mesure combien l'équilibre est difficile à trouver.

Antoine d'Abbundo

Egypt garment sector eyes ways to boost performance

By Elizia Volkmann | 18 March 2016

Font size        Email  Print

International brands and clothing manufacturers met in Cairo this week to discuss how to boost Egypt's overall potential as a production sourcing centre through improved labour efficiency, working conditions and personnel management.

The Egyptian Textiles Buyers Forum attracted representatives from Decathlon, Gap and PVH, although some brands stayed away – it is not known whether this was over security concerns.

Welcoming delegates, Peter Van Rooij, director of the International Labour Organization's (ILO) Cairo office, stressed the value of its *Promoting Worker Rights and Competitiveness in Egyptian Export* programme, which has involved working with supply chain data supply service Sedex and drawing funds from the US department of labour.

It supports better labour practices and compliance with social regulations within the garment, textiles and agrifood industries in Egypt. To date 55 clothing and textile companies have taken part in the programme.

Van Rooij said the project had been a "partnership...with employers" helping them see how compliance can boost labour standards. Training delivered through the programme also helps manufacturers understand global buyer standards and requirements, including on social issues, since buyers may not place orders where there is concern poor standards can harm a brand.

Amal Abd Elhamid, chairman of Port Said-based denim company Eurotex, said: "In our country we have a lot of social problems and we want to know how to solve them and convince the international market about the local market in Egypt." Amal felt that the ILO training had real market value: "If you have transparency between you and the workers, and if they feel stability, they will give you the maximum effort."

The programme comprised an ILO-organised conference, roundtables discussing challenges facing Egyptian manufacturers trying to meet buyers' needs, and a mini trade show showcasing producers.



Egypt's RMG exports have fallen from US\$1.55bn in 2012 to US\$1.35bn in 2015

Falling clothing exports

Egypt's unstable politics and economy have been reflected by uneven clothing exports, according to data from the country's Ready-Made Garment Export Council (RMGEC), which were discussed at the conference.

Since the revolution of 2011, overall ready-made garment (RMG) exports have fallen from US\$1.55bn to US\$1.35bn in 2015.

Exports to the US, Egypt's main market (accounting for around 50% of its RMG exports) fell from US\$782m in 2012 to US\$748m in 2015. The European Union (EU) currently accounts for 35% of Egypt ready-made garment (RMG) exports, the second largest market, but exports have fallen from US\$471m to US\$395m over this time period.

Challenges and opportunities keep on coming, conference delegates noted. For instance the announcement on 15 March by the Central Bank of Egypt of an imminent devaluation of the Egyptian Pound from EGP7.73 to EGP8.85 against the US dollar.

As usual, devaluation is a double-edged sword. Samy Beshay, sales and customer services manager at Ramadan City-based textile dyers and finishers Hesni, said: "There's a real need for hard currency for sourcing, [but] devaluation will help with exports."

A key problem is that many manufacturers rely on Egypt B2B sales and domestic retail, he said, adding: "The Egyptian local market is very big".

The sense of tension about the current government's attempts to stabilise the economy was palpable at the event, and doubts were voiced about whether the government is capable of implementing its many infrastructure programmes, even if it has the political will.

Samer Riad, owner of Cairo-based dyer and finisher the Riad Group, was however one executive who was "not worried" about political and economic stability in Egypt, although external factors such as the "devaluation of the euro and trade cycles in Europe" were external concerns.

And Cennydd Williams, hub leader for Africa and Middle East at PVH, was bullish. For US buyers, he said Egypt was "the cheapest, closest and most mature [sourcing option]," adding: "I'd say Egypt is a good place to invest."

TUESDAY, 22 MARCH 2016 19:16

PSF 2016: FOCUS ON ETHIOPIA AND EMERGENCE AS IN APPAREL SOURCING MAP

Ethiopia is fast emerging a strong destination for sourcing apparel. The country’s clothing and garment sector is undergoing rapid expansion fuelled by foreign investment as companies seek to reduce their reliance on countries like China and Bangladesh.

Ethiopia grows some of the world’s finest cotton and has a rich textile spinning and weaving history, yet its importance on a global scale remains insignificant as of now. With several government incentives, and priority given towards developing the textile and clothing industry across the value chain, a viable business environment and duty free market access to both US and EU, Ethiopia is now beginning to attract international buyers and investors. Having experienced approximately 8 per cent GDP growth consistently since 2008 and a stable political framework since 1995, it remains largely un-explored and un-tapped.



Apparel firms such as Hennes & Mauritz (H&M), Asos, George at Asda, Calzedonia, Primark, Tesco and PVH are sourcing from Ethiopia, with the latter describing its experience in the country as ‘nothing short of exceptional.’

However, Dr Arkebe Oqubay, Minister and Special Advisor to the Ethiopian Prime Minister is optimistic about the country's Growth and Transformation Plan (GTP), He believes with economic growth Ethiopia will achieve middle income status by 2025. Its vision is for GDP to grow by 11 per cent every year for the next 10 years, and for manufacturing to grow by 25 per cent year on year for the next decade. Oqubay puts forth his views while was addressing delegates at the recent Prime Source Forum held in Hong Kong as the keynote speaker.

Ambitious moves

Ethiopia has been known in last decade as the fastest growing economy and the country's ambition is evident with the construction of the Hawassa industrial park, set up in partnership with industry majors like PVH Corp, owner of the Calvin Klein and Tommy Hilfiger brands. The \$246 million eco-park has been built in a record time of just nine months, on 130 hectares of land in the capital Addis Ababa. It is expected to create around 60,000 jobs and generate a total export value of \$1billion.

Also central to the country's strategy is its ambition to build a vertically integrated apparel and textile industry. According to Oqubay, the plan is to use its mass of unused land to plant GM (genetically modified) cotton to become one of the major producers in the world. The minister said, other challenges if the country is to achieve its goals, however, include a focus on productivity and ensuring it has a steady stream of skilled labour to produce garments for major brands it has attracted to the project – including India's Arvind and Raymond, Hong Kong's Epic and TAL Industries, and Indonesia's Pityu.

Road ahead

The industrial park at Hawassa is just one of seven prospective industrial parks the government is developing. The vision is to create two million manufacturing jobs over the next 10 years with the construction of 20 million sq. mt. of factory space per year, building on a steady growth rate of 20 per cent annually over the last five years. This is thanks to foreign direct investment from countries including Turkey, India, China, a number of EU nations, and the US.

Oqubay said, this is the best opportunity for firms wanting to establish manufacturing plants in Africa, where Ethiopia is one of the best destinations. Located close to Europe, the Middle East and Asia, the country enjoys preferential market access to Europe through the Everything But Arms (EBA) deal, and duty-free access to the US through AGOA (the African Growth and Opportunity Act).

Ethiopia's advantages include a population close to 1 billion that is growing by 2.3 million annually, a steady economy, location, low crime, investment in skills training, and substantial investment in infrastructure - 60 per cent of the government's budget to be precise, said Oqubay.

Central to this is the construction of a Chinese-built electric railway network from Addis Ababa to the Red Sea port of Djibouti, with the eight rail corridors that make up the new 6,000 km network. Once completed, it will create a series of key trade routes to neighbouring countries.

However, Ethiopia has a long way to go if it wants to match the apparel exports of countries like Myanmar at \$1.5 billion, Turkey at \$18.7 billion, and Vietnam at \$24 billion. In 2014, Ethiopia's apparel exports reached just \$112 million. While the country is known for its cheap labour, it is also known for low labour productivity, high personnel rotation and corruption. But the key point is that top leadership is committed to addressing the issues of transparency. According to Oqubay , “it is the basis for success so we have been keen to build this trust. One of the major shifts in this industry over the next ten years will be the shift of apparel manufacturing to Africa and I believe it will be East Africa,” he concluded.



31 mars 2016

France : L'Assemblée Nationale adopte le 23 mars une proposition de loi sur le "Devoir de Vigilance"

Jeudi 31 mars 2016

Une nouvelle étape d'un long marathon législatif a été franchie le 23 mars 2016 avec l'adoption en deuxième lecture, par les députés français, d'une proposition de loi sur le devoir de vigilance des grands donneurs d'ordres.

Déposée en janvier 2015 par le groupe Socialiste, cette proposition avait été adoptée par l'Assemblée Nationale en première lecture le 30 mars 2015 puis rejetée par le Sénat le 18 novembre 2015.

En cas de désaccord persistant avec le Sénat, le dernier mot reviendra à l'Assemblée Nationale pour une adoption définitive.

Soutenu par le Gouvernement, ce projet de loi concerne les grands groupes qui font du sourcing à l'étranger. Le projet contient deux articles :

1. L'article 1 prévoit une obligation, pour les sociétés de plus de 5000 salariés dont le siège social est fixé sur le territoire français, ou de 10.000 salariés dont le siège social est fixé sur le territoire français ou à l'étranger, d'établir et mettre en œuvre de manière effective, un plan de vigilance comportant les mesures propres à identifier et prévenir la réalisation de risques d'atteinte aux droits de l'homme et aux libertés fondamentales, de dommages corporels ou environnementaux graves ou de risques sanitaires résultant de leurs activités et de celles des sociétés qu'elles contrôlent, ainsi que des activités des sous-traitants ou fournisseurs sur lesquels elles exercent une influence déterminante.
2. L'article 2 porte sur les modalités d'engagement de la responsabilité des sociétés en cas de manquement à l'obligation d'établir et de mettre en œuvre un plan de vigilance.

A l'évidence, ce projet de loi a été inspiré par des drames comme celui de l'effondrement des ateliers de confection du Rana au Bangladesh, le 23 avril 2013, et qui avait fait 1300 morts.

Selon Ericka Bareigts, Secrétaire d'Etat à l'Egalité réelle, le décret d'application de cette loi, une fois celle-ci définitivement adoptée, interviendra avant le 6 décembre 2016.

On notera que les autres Etats-membres de l'Union européenne refusent de s'engager dans cette voie.



Maroc : Casablanca, capitale mondiale du textile, du 31 mars au 03 avril 2016

25 mars 2016

Du 31 mars au 03 avril 2016, la capitale économique du Maroc vibrera au rythme du textile mondial avec les tenues des 2èmes éditions respectives du Salon International du Textile de Maison et Décoration « Morocco Home » et du Salon International de textile, cuir, accessoires, prêt à porter et mode « Morocco Style Fashion, Tex and Leather » co-organisé par Pyramids International Group at Atelier Vita.

Cette édition du salon « Morocco Home » et « Morocco Style Fashion, Tex and Leather » sont deux événements qui confortent et rappellent le poids du secteur du textile dans le tissu économique du Royaume (40% des emplois industriels, 24% des exportations et 7% dans le PIB national). A cet événement sont attendus plus de 250 exposants, 8.000 invités d'honneurs et donneurs d'ordres venus de plus de 20 pays et 12 000 visiteurs représentant globalement les cinq continents. Ces 250 exposants sont originaires des pays suivants : Egypte, Inde, Pakistan, Maroc, Turquie, Etats Unis, Chine, Grèce, Italie,

Tandis que les 12.000 visiteurs attendus viendront de :

Afrique de l'Ouest : RCI, Burkina Faso, Ghana, Niger, Sénégal, Benin, Liberia, République de Guinée, Gambie, Guinée Bissau et Togo,

Afrique du Nord : Maroc, Algérie, Libye, Egypte Tunisie et Mauritanie,

Proche et du Moyen Orient : Liban, Arabie Saoudite, Qatar, Emirats Arabe Unis et Koweït,

Europe : Italie, Allemagne, Espagne, Portugal, France, Belgique, Les Pays Bas et la Grande Bretagne

Amérique : USA et Brésil.

« Morocco Home », rappelons-le, se pose en vitrine du textile de maison, donnant à l'occasion la meilleure visibilité des innovations et de l'offre nationale et internationale de la filière. Tandis que « Morocco Style Fashion, Tex and Leather », se distingue dans le textile destiné à la mode, aux accessoires et prêt à porter, cuir.

S'y retrouvent designers, stylistes, grossistes, grands magasins, propriétaires de boutiques, agents et distributeurs, associations et institutions, investisseurs, entrepreneurs et médias intéressés par le textile de maison, lingerie de maison, décoration artisanale et moderne ou encore par la mode de femmes hommes, mode de nuit femmes hommes, lingerie, vêtements de sports, mode pour enfants, vêtements en cuir, prêt-à-porter, accessoires, tricotés, chaussettes, chaussures, sacs...

Ces deux salons complémentaires qui réunissent les professionnels de toutes les filières du secteur du textile autour une plateforme de rencontres, d'échanges et de business à l'OFEC de Casablanca, ont pour mission de valoriser le secteur textile marocain, en le confrontant à ceux du monde dans le but de :

- ▶ Favoriser les échanges entre opérateurs locaux et internationaux, entre marques de mode et accessoires,
- ▶ Mettre en avant et en synergie l'ensemble des services, dispositifs et solutions sectoriels,
- ▶ Valoriser l'innovation marocaine et internationale au service de la filière,
- ▶ Et de stimuler la demande, la production et l'offre,

Ce rendez-vous permet aux entreprises nationales et internationales des différentes filières du secteur de montrer et faire valoir leur savoir-faire, de rencontrer des partenaires et de découvrir des marques internationales en provenance de plusieurs pays. Ainsi, « Morocco Home » et « Morocco Style Fashion, Tex et Cuir » contribuent à la consolidation du savoir-faire marocain en la matière, consolidant la compétitivité du Royaume et faisant de lui une référence internationale à plusieurs égards et un hub régional afro-méditerranéen.

Dans cette dynamique, il faut noter que « Morocco Home » et « Morocco Style Fashion, Tex and Leather » ont réussi un raccourci. En espace de deux éditions, ces deux salons se sont positionnés comme étant le rendez-vous le plus important du secteur en Afrique et dans le pourtour méditerranéen, suscitant un grand engouement auprès des plus gros opérateurs mondiaux du textile. Et ce, comme en témoigne la forte présence de pays d'Europe du Sud, d'Afrique du Nord, et du Proche-Orient (la France, le Portugal, l'Italie, l'Espagne, l'Algérie, la Lybie, l'Egypte, la Turquie, la Jordanie, la Tunisie, le Liban, le Maroc...)

L'édition précédente avait accueilli plus d'une centaine d'exposants et plus de 7 800 visiteurs venus tous de 32 pays.

Une vitrine internationale du textile national

Vitrine du textile national de par ses forces en présence, mais aussi sa vocation d'espace d'exposition des innovations du secteur et plateforme fédératrice, « Morocco Home » et « Morocco Style Fashion, Tex and Leather » donnent une visibilité sur l'offre globale, les tendances mais aussi sur les nombreuses opportunités des marchés.

L'évènement est une belle occasion de rappeler le poids du secteur textile-habillement au Maroc, lequel est identifié comme l'un des métiers mondiaux du Royaume. Avec plus de 175.000 postes d'emploi, le textile –habillement est le premier pourvoyeur d'emploi du secteur industriel marocain (40%). Secteur à forte intensité de main d'œuvre, qui plus est féminine (71% de l'effectif total sont des femmes), il joue un rôle économique de premier ordre, générant plus du tiers de la valeur des exportations globales des industries de transformation (24%) et représentant 7% dans le PIB national. Le textile domine pendant les exportations marocaines. Les exportations du Maroc en textile-habillement à l'international ont, diminué au rythme annuel de 1,1% entre 2007 et 2015. Les exportations du textile marocain vers l'UE ont été de 2,49 milliards d'euros en 2015, dont (2,3

milliards constituée d'articles d'habillement). Non épargné par la chute des cours du coton sur les marchés internationaux (0,876 dollar la livre en 2014/2015 et attendus à 0,696 dollar pour 2016, soit son plus bas niveau en neuf ans) et par la baisse de la demande en Europe (5,7% de moins par rapport à 2011, d'après Eurostat), le secteur a su rester dynamique grâce à une série de réformes (restructurations, mise à niveau, mutation...) pour la valorisation de l'offre exportable. Un nouvel essor insufflé par l'émergence industrielle du Maroc, la valorisation du pouvoir d'achat et les opportunités offertes par les accords de libre-échanges signés avec plusieurs zones économiques et marchés (UE, Etats Unis, Asie...) et l'ambition du Royaume de multiplier par 3 ses exportations à l'horizon 2018.

Une ambition réalisable si l'on constate le regain de confiance du marché des textiles d'ameublement en Europe inscrit dans une dynamique de relance, avec +12,8 % pour les importations et +3,7 % pour les exportations, avec des parts de marché très fortes dans certains pays comme la Suisse (27 %), mais aussi ailleurs dans le monde et notamment aux Etats-Unis (18 %) ; pour ne citer que ces pays-là.

Il importe également de souligner, par ailleurs, que cette édition intervient à point nommé parce que le secteur du textile marocain bénéficie d'une stratégie d'accélération industrielle, à travers laquelle 44.300 nouveaux emplois devront être créés d'ici 2020, soit 46 % de l'objectif fixé aux écosystèmes qui concernent le denim, le fast-fashion et la distribution des marques nationales. A terme, 57 projets d'investissement dans ces segments et devront également accompagner cette accélération, générant un chiffre d'affaires additionnel de 6,3 milliards de dirhams (MMDH).

Le cuir : Pas en reste

Le secteur du cuir au Maroc aura également une part belle à cet évènement. Ce secteur qui compte environ 295 unités industrielles, emploie directement près de 21 000 personnes et réalise un chiffre d'affaires de 4,7 milliards de dirhams (MMDH) avec une valeur ajoutée d'environ 1 MMDH. Les exportations du secteur ont atteint 4 MMDH en 2014, soit une hausse de 2,5% par rapport à 2013. Le secteur du cuir est également concerné par la mise à niveau avec 4 contrats de performance ont été signés le 11 février dernier à Rabat pour accompagner le déploiement de 3 écosystèmes. Ces derniers visent la création de 35 000 nouveaux emplois stables et la réalisation de 5,5 MMDH de chiffres d'affaires à l'export à l'horizon 2020. Les filières concernées sont la chaussure, la maroquinerie et les vêtements en cuir, ainsi que la tannerie, permettant de générer 7,5 MMDH de chiffre d'affaires et une valeur ajoutée additionnelle de l'ordre de 2,7 MMDH.

Cette édition notera également la participation de pays partenaires, jouant les premiers rôles dans le secteur du textile-habillement dans le Monde : La Chine, la Turquie, le Pakistan et L'Inde (voir annexes).

Deux salons complémentaires pour consolider la nouvelle dynamique du secteur.

Le rendez-vous est conçu dans un esprit de synergie et de complémentarité offrant une base d'opportunités aussi large que possible. « La mutation du secteur du textile au Maroc a, entre autres,

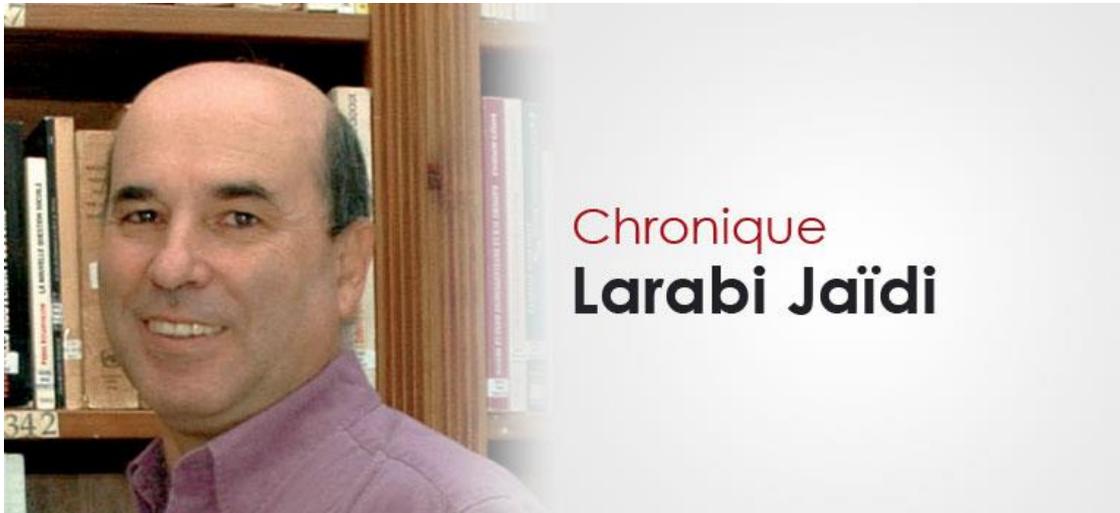
insufflé une nouvelle dynamique que nous devons maintenant consolider en offrant un cadre de promotion approprié », souligne Imad BENJELLOUN, commissaire du salon.

« Plus qu'un rendez vous, c'est un espace qualitatif avec un potentiel business important, exalté par à la fois une dynamisation et une convergence de l'offre et de la demande », ajoute-t-il.

En effet, derrière les échanges d'expériences que ce rendez-vous international promeut entre les marchés, les pays, les structures relais et les opérateurs, « il s'agit de faire de l'évènement et avant tout un haut lieu de business favorisant de manière exceptionnelle les partenariats commerciaux et technologiques », souligne M. BENJELLOUN.

Pour 2016, les organisateurs promettent une belle édition - qui déjà à travers son programme - a visiblement séduit les plus gros opérateurs nationaux et internationaux du secteur. Pour cette édition où pas moins de 20 délégations de donneurs d'ordre nationaux et internationaux, plus de 250 exposants, 8000 invités d'honneurs et pas moins de 12 000 visiteurs, y sont attendus, sont fortement impliqués dans l'organisation les conseils économiques respectifs de la République Populaire de Chine, de l'Inde, de la Turquie et du Pakistan.

Au-delà du pari de l'organisation de la participation, il s'agit, dans un contexte mondial en pleine reconfiguration, de permettre au Maroc de renforcer ses moyens de faire face au défi majeur d'accélérer son processus de transformation structurelle et son insertion dans les chaînes de valeur qui refaçonnent la physionomie du commerce international et les spécialisations sectorielles mondiales. Et ce, avec un recentrage de plus en plus marqué autour de grandes zones émergentes. A sa manière et à son échelle, ce rendez-vous contribue à la modernisation progressive du tissu industriel national et à son ancrage dans les chaînes de valeur mondiales (CVM).



15 mars 2016

LA MONTÉE DANS LA CHAÎNE DE VALEUR

Il est devenu un lieu commun d'affirmer que l'accélération de la transformation structurelle de l'économie nationale exige une montée dans les chaînes de valeur mondiales.

Capitalisant sur les acquis du Pacte Emergence, le programme d'accélération industrielle aspire à donner une nouvelle impulsion au secteur industriel en maintenant le cap sur les nouveaux Métiers Mondiaux et en valorisant les autres filières industrielles classiques. Le nouveau programme s'appuie sur l'approche des écosystèmes construits autour de grands donneurs d'ordre et visant une montée des chaînes de valeur dans les filières choisies. Un défi complexe mais pas impossible à relever.

Prenons deux exemples, l'un se référant au secteur de technologie avancée, l'automobile ; l'autre à une industrie classique, le textile. L'industrie automobile marocaine renforce son positionnement dans la chaîne de valeur mondiale de ce secteur, comme en témoignent ses performances de ces dernières années. Sa dynamique s'appuie sur le développement d'un tissu industriel diversifié autour de grands constructeurs en tant que locomotive de transformation du secteur, à travers l'intégration industrielle de nouvelles filières : emboutissage, tôlerie fine, traitement de surface, injection plastique, ingénierie, etc. Vingt nouveaux fournisseurs se sont installés pour fournir à la fois Renault, Somaca et le marché international de pièces inexistantes auparavant au Maroc. Le tissu de la sous-traitance se développe, mettant en place les jalons d'une chaîne de valeur du secteur automobile au Maroc. Mais gardons-nous de considérer que le développement du secteur peut atteindre des taux d'intégration avoisinant les 80%. Aucun pays ne fabrique l'intégralité d'une voiture à l'intérieur de ses propres frontières. La filière de l'industrie automobile est l'une des plus éclatées et des plus internationalisées. La division du travail au sein de

cette industrie se redéploie sous de nouvelles modalités: la recherche technologique, le know-how, le brevet et la marque sont toujours le monopole de grands constructeurs ; le reste, la fabrication du moteur et des autres composants se répartit sur toutes les sphères du globe. Dans la chaîne de valeur de l'automobile interviennent trois segments : les constructeurs, les équipementiers de différents rangs et les assembleurs. Les constructeurs se sont engagés dans une vaste réorganisation des procédures d'approvisionnement ; la fabrication des produits tend à s'effectuer en commun. Les relations entre donneurs d'ordre et sous-traitants se modifient. Ces derniers peuvent imposer leurs conditions aux constructeurs. Des coopérations et des partenariats dans la recherche et la fabrication des pièces nobles se nouent entre concurrents.

Qu'en est-il de l'autre chaîne de valeur, moins technologique, celle des textiles ? L'industrie nationale est dans un cycle déclinant depuis une décennie : perte de poids dans la valeur ajoutée, diminution du nombre d'entreprises, exportations erratiques. Ses fragilités : faible intégration de la filière, forte concentration produits/marchés des exportations, faiblesse de l'innovation, dépendance d'un nombre très limité de donneurs d'ordre. La chaîne de valeur de l'industrie textile et de l'habillement est représentée par les différentes étapes d'élaboration des produits : les matières premières, la filature, le tissage/tricotage, l'ennoblissement, la confection et la distribution. Les filateurs marocains ont disparu sur les segments de l'habillement et de l'ameublement. Les mutations de l'industrie textile mondiale sont caractérisées par la montée en puissance des donneurs d'ordre et l'organisation de la complémentarité des activités en intégrant les potentialités offertes par le développement de l'approvisionnement international. Dans ces chaînes de valeur mondialisées, dominées par les clients, les lieux de création de valeur ajoutée reposent aussi bien sur les processus de production que sur des valeurs intangibles comme la mise en valeur d'une marque ou la qualité de la coordination des relations. Le secteur national se cherche un meilleur repositionnement dans la chaîne de valeur. Diverses stratégies ont été élaborées pour résister à la concurrence : maîtrise des coûts ; diversification de l'offre en faveur de produits de qualité et de textiles spécialisés ; amélioration de la productivité. Des objectifs qui devraient améliorer le positionnement du secteur sur le marché mondial, attirer de nouveaux acteurs en amont, faire émerger des locomotives nationales et renforcer la collaboration des exportateurs avec les acteurs de la distribution internationale.

A la lumière de ces deux exemples, on peut considérer que les chaînes de valeur mondiales peuvent permettre au Maroc d'instaurer les activités nouvelles et plus productives qui sont nécessaires à la transformation structurelle de son économie. Les stratégies sectorielles ne peuvent avoir comme objectif la création de filières qui couvrent tous les stades de la production, elles doivent s'efforcer de trouver la meilleure position pour le secteur concerné au sein d'une chaîne de valeur mondiale. L'externalisation et la délocalisation offrent à l'économie marocaine l'opportunité de gagner en efficience si elle renforce son attractivité. Le choix de l'insertion dans les chaînes de valeur mondiales remet en question l'approche classique en matière de compétitivité. Aujourd'hui, les exportations dépendent de plus en plus de la technologie, du travail et du capital incorporés dans les biens intermédiaires importés. La stratégie de positionnement efficace dans les réseaux mondiaux de production et d'innovation afin de renforcer la croissance et l'emploi consiste à investir dans les compétences, à mettre en place une infrastructure de qualité, à promouvoir l'établissement de liens étroits entre le monde des affaires et le monde de la recherche. Tout aussi importante, la qualité des institutions et des administrations peut peser lourd dans la décision d'une entreprise d'investir dans un pays donné. Le potentiel de montée en gamme

dépend enfin de la gouvernance de la chaîne. La gouvernance se rapporte aux relations de pouvoir et de coopération entre les acteurs de la chaîne qui déterminent la façon dont les moyens et les ressources matérielles et humaines circulent au sein d'une chaîne.



Textiles: 28 conventions d'investissement signées, pour 713MDH



Signature des 28 conventions, mardi 29 mars, au ministère du Commerce et de l'Industrie

Ces projets d'investissement portés par 6 locomotives et 22 PME, sont appelés à créer 11.951 emplois et à générer un chiffre d'affaires additionnel de 2,3 milliards de DH.

Le textile se relance. Le ministre de l'Industrie, du commerce, de l'investissement et de l'économie numérique, Moulay Hafid Elalamy, a conclu ce 29 mars 28 conventions d'investissement, avec 6 locomotives et 22 PME, dans le cadre de la mise en œuvre des écosystèmes lancés dans le secteur en février 2015.

"Les 28 projets d'investissement sont prêts. Nous venons de réaliser des projets concrets avec des entreprises du secteur, pour un démarrage immédiat", a déclaré le ministre.

D'un montant de 713 MDH, ces projets d'investissement ambitionnent de créer, à l'horizon 2020, 11.951 emplois, soit 12% de l'objectif emploi, fixé à l'ensemble des écosystèmes textiles d'ici 2020 et de générer un chiffre d'affaires à l'export de 1,3 MMDH, ce qui correspond à 26% de l'objectif à réaliser par les écosystèmes.

Parmi les 6 locomotives porteuses de projets d'investissements, quatre opèrent dans les filières du fast fashion, une dans le denim et une autre dans la distribution industrielle des marques. Elles bénéficieront d'aides sur l'investissement matériel, entre constructions, équipements et installations et pourront avoir un accès à un foncier industriel de qualité à prix compétitif. Il s'agit de Folly Fashion (Marwa), Sefita, Simtis, Paris Texas, Somitex et Filmmod.

Pour ce qui est des PME, leurs activités se répartissent sur les métiers du fast fashion (9), du denim (1), de la maille (5), du textile de maison (2) et du textile à usage technique (5).

L'appui prévu pour les 22 PME s'inscrit dans le cadre de l'offre transverse des écosystèmes textiles, [Croissance Imtiaz](#), développée par Maroc PME.

En termes de répartition du montant d'investissement, d'emplois et de nombre de projets, c'est Casablanca qui s'accapare la grande part. La capitale économique capte 63% du montant d'investissement, 62% du nombre d'emplois et 15 projets sur les 28 au total.

On retrouve derrière Casablanca, les villes de Meknès et de Tanger, avec respectivement 15% et 12% du nombre d'emplois à créer. Les autres villes qui se partagent ces projets d'investissement sont Fès, Guercif, Salé et Skhirat. Pour ce qui est des capitaux, 92% sont nationaux et 8% étrangers.

Lancés en février 2015, les écosystèmes textiles dans les filières du fast fashion, du denim et des distributeurs industriels de marques nationales visent, à l'horizon 2020, la création de 100.000 emplois et la réalisation d'un chiffre d'affaires additionnel à l'export de 5 MMDH. Trois autres écosystèmes seront finalisés au plus tard fin mai.

Pour rappel, le textile est le premier employeur industriel au Maroc (170.000) et contribue à 30% des exportations, malgré la baisse des volumes exportés sur les 10 dernières années et la régression de l'emploi formel sur la même période.

Le poids du secteur du textile dans le tissu économique 2èmes éditions des Salons «Morocco Home» et «Morocco Style Fashion, Tex and Leather» à Casablanca

Jeudi 24 Mars 2016

Les 2èmes éditions des Salons "Morocco home" et "Morocco style Fashion, tex and leather" auront lieu du 31 mars au 03 avril à Casablanca, ont annoncé lundi les organisateurs. Cette édition vient conforter et rappeler le poids du secteur du textile dans le tissu économique du Royaume (40 % des emplois industriels, 24 % des exportations et 7% du PIB national), a indiqué le commissaire du salon, Imad Benjelloun, lors d'un point de presse, soulignant que plus de 250 exposants et 8.000 invités d'honneurs et donneurs d'ordres venus de plus de 20 pays sont attendus à cet évènement, outre 12.000 visiteurs des cinq continents.

Ces 250 exposants sont originaires des pays suivants : Egypte, Inde, Pakistan, Maroc, Turquie, Etats-Unis, Chine, Grèce et Italie.

M. Benjelloun a rappelé que le "Morocco Home" se pose en vitrine du textile de maison, donnant à l'occasion la meilleure visibilité des innovations et de l'offre nationale et internationale de la filière, tandis que "Morocco Style Fashion, Tex and Leather" se distingue dans le textile destiné à la mode, aux accessoires et prêt à porter.

S'y retrouvent designers, stylistes, grossistes, grands magasins, propriétaires de boutiques, agents et distributeurs, associations et institutions, investisseurs, entrepreneurs et médias intéressés par le textile de maison, lingerie de maison, décoration artisanale et moderne ou encore par la mode de femmes hommes, lingerie, vêtements de sports, mode pour enfants, vêtements en cuir et prêt-à-porter.

Ces deux salons complémentaires qui réunissent les professionnels de toutes les filières du secteur du textile autour d'une plateforme de rencontres, d'échanges et de business à l'OFEC de Casablanca, ont pour mission de valoriser le secteur textile marocain, en le confrontant à ceux du monde dans le but de favoriser les échanges entre opérateurs locaux et internationaux, mettre en avant et en synergie l'ensemble des services, dispositifs et solutions sectoriels, valoriser l'innovation marocaine et internationale au service de la filière et stimuler la demande, la production et l'offre. Vitrine du textile national de par sa vocation d'espace d'exposition des innovations du secteur et plateforme fédératrice, "Morocco Home" et "Morocco Style Fashion, Tex and Leather" donnent une visibilité sur l'offre globale, les tendances mais aussi sur les nombreuses opportunités des marchés.

Pour M. Benjelloun, l'évènement est une belle occasion de rappeler le poids du secteur textile-habillement au Maroc, lequel est identifié comme l'un des métiers mondiaux du Royaume, soulignant

qu'avec plus de 175.000 postes d'emploi, le textile-habillement est le premier pourvoyeur d'emploi du secteur industriel marocain.

Il a rappelé que les exportations du Maroc en textile-habillement à l'international ont diminué au rythme annuel de 1,1 % entre 2007 et 2015, ajoutant que les exportations du textile marocain vers l'UE ont été de 2,49 milliards d'euros en 2015, dont 2,3 milliards constitués d'articles d'habillement. M. Benjelloun a également indiqué que cette édition intervient au moment où le secteur du textile marocain bénéficie d'une stratégie d'accélération industrielle, à travers laquelle 44.300 nouveaux emplois devront être créés d'ici 2020, soit 46 % de l'objectif fixé aux écosystèmes qui concernent le denim, le fast-fashion et la distribution des marques nationales.

Jeudi 24 Mars 2016

30 mars 2016

TEXTILE ET HABILLEMENT : LE MARCHÉ LOCAL EST ESTIMÉ À 45 MILLIARDS DE DH

Les enseignes locales et étrangères ont des parts respectives de 2% et 6%. La stratégie sectorielle, en instance de signature, devrait apporter des solutions pour structurer ce marché. En plus de la contrebande, il est inondé de fripes importées d'Europe à partir des villes du nord du Maroc.

Estimé il y a cinq ans à 40 milliards de dirhams, le marché local du textile et de l'habillement aurait atteint aujourd'hui, selon une étude des professionnels, les 45 milliards de DH. Et selon les opérateurs, il pourrait même être plus important car, disent-ils, une évaluation précise est biaisée par l'importance de l'informel qui représenterait 90% du marché. Et particulièrement au niveau de la distribution qui reste pour l'heure essentiellement traditionnelle. Elle se fait principalement dans les souks, les foires, les kissariates et autres petits points de vente de quartiers. Le circuit organisé, quant à lui, ne dépasse pas 5% du marché sur lequel les enseignes étrangères détiennent 6% contre 4% il y a six ans. Cette évolution est due à l'implantation de plusieurs marques depuis 2011, favorisée par les ouvertures de plusieurs malls dans les grandes villes, notamment Casablanca, Rabat, Marrakech et Fès. Les enseignes marocaines (Marwa, Diamantine, Flou Flou), quant à elles, contrôlent entre 1 et 2% du marché.

Si, à l'export, le secteur du textile et de l'habillement s'est développé et réalise un chiffre d'affaires variant de 28 à 30 milliards de DH – palier qu'il a cependant du mal à franchir- durant ces dernières années, la dynamique de développement est plutôt lente au niveau local. La production destinée à la demande interne est le fait d'unités informelles et n'arrive pas à réellement décoller. Et cela en raison de la non-concrétisation ou du retard pris sur la mise en place de mesures de soutien et d'incitation. En effet, les pouvoirs publics avaient confié, en 2009, au cabinet Valyans une étude visant le soutien de cette production et la structuration du marché local. L'étude devait contribuer à l'identification des mesures incitatives et les aides à accorder aux entreprises éligibles à un accompagnement. Rien n'a été fait à ce jour.

Plus récemment, la stratégie sectorielle 2025 dans le cadre du Plan d'accélération industrielle prévoit des mesures pour le marché local. Les ambitions affichées et qui n'ont pas encore été concrétisées sont la lutte contre l'informel afin de permettre aux petites entreprises non organisées de basculer vers le circuit organisé et l'émergence de champions nationaux qui serviront de locomotive aux petites entreprises et permettront d'accroître la part des enseignes locales.

L'offre turque de plus en plus présente sur le marché

En attendant le début de l'exécution de la stratégie sectorielle, la contrebande, qui concerne beaucoup plus les vêtements confectionnés, continue de prospérer. *«Il y a quelques années, la contrebande concernait davantage les tissus. Ce qui, dans une certaine mesure, pouvait être toléré puisque cela donnait du travail aux petits ateliers informels et faisait tourner la machine. Aujourd'hui, l'importation illégale de vêtements conduit à la perte d'emplois et à la fermeture d'unités de production»*, explique un opérateur de la place. Ce dernier s'inquiète du fait que *«la contrebande déplace la production marocaine et l'emploi marocain vers des pays comme le Bangladesh»*. Les points d'entrée, selon les professionnels, sont essentiellement le sud du pays par la Mauritanie et le nord par l'Espagne. Il s'agit essentiellement d'articles façonnés en Chine ou dans d'autres pays, notamment l'Inde, le Pakistan ou encore le Bangladesh.

Il n'y a pas que la contrebande qui sape le moral des industriels. Un important commerce de fripes qui s'étend à toutes les villes du Maroc s'est développé dans la région du Nord (Tanger-Tétouan).

«Le circuit est bien organisé: les commerçants marocains nouent des partenariats avec des entreprises étrangères pour s'approvisionner régulièrement», explique un industriel de Tanger. La fripe provient essentiellement des collectes de vêtements usés, ou parfois même neufs, effectuées par des associations caritatives en Europe. On y retrouve aussi des vêtements de fin de série des grandes enseignes ou les restes d'export. Plusieurs unités de production du Nord écoulent leurs restes dans des points de vente de la région ou bien dans les autres villes du pays. Les balles de vêtements pesant environ 150 kilos, vendues de 20 000 à 30000 DH, sont acheminées via des grossistes depuis les villes du Nord. Les articles, quant à eux, sont vendus à des prix allant de 10 à 200 dirhams !

En plus de la contrebande et de la friperie, le marché local est caractérisé par une très forte présence de l'offre turque par le biais de l'implantation directe d'enseignes (cas de LC Waikiki) ou via l'importation d'articles finis et de tissus. Les importations marocaines en provenance de la Turquie ont oscillé entre 1,5 et 2 milliards de DH durant ces trois dernières années. L'offre turque, connaissant les habitudes et les tendances du Maroc, s'adapte à la demande locale. Elle porte sur l'habillement et le linge de maison. Son point fort reste la bonneterie qui est aujourd'hui distribuée dans des points de vente dédiés dans les villes de Casablanca et Rabat. Une sérieuse concurrence pour la bonneterie marocaine.

Textile technique : Le cluster décline son plan d'action

Hassan EL ARIF

| Edition N°:4729 Le 15/03/2016 | Partager

La filière souhaite augmenter la valeur ajoutée

Le textile technique est l'un des nouveaux segments sur lequel le Maroc souhaite se positionner et remonter la chaîne de valeur d'une industrie en panne de compétitivité. L'on parle d'un chiffre d'affaires de plus de 10 milliards de DH pour 2015, dont 6 milliards à l'import, mais la nomenclature douanière ne permet pas d'appréhender avec exactitude l'ensemble des produits importés ni leur usage final. La première action effectuée par le cluster du textile technique porte sur le réseautage avec d'autres écosystèmes, tels que le cluster dédié à la mécanique et l'électronique (CE3M) ainsi que le cluster dédié à l'Efficacité énergétique (EMC). L'objectif étant d'identifier les opportunités de synergie, notamment dans le domaine des textiles intelligents et des matériaux de construction. Le cluster a également procédé à des séances de formation et d'information des membres destinées à les aider à se positionner sur les différentes filières du secteur. L'écosystème s'est également penché sur les pistes de financement au profit des membres. Le cluster a d'ailleurs pris attache avec la Berd, la GIZ et Maroc PME. Un partenariat pourrait également être signé avec le cluster solaire pour la réalisation de projets collaboratifs. Le Maroc fabrique actuellement une large gamme de produits destinés à l'industrie automobile, aéronautique, ferroviaire, à l'agriculture... Un cluster dédié a été mis en place dans le cadre de la stratégie d'accélération industrielle 2015-2020. Il regroupe une dizaine d'unités industrielles spécialisées, des institutionnels, des centres de recherche & développement ainsi que des établissements de formation. L'objectif étant de se positionner sur des filières textiles techniques à forte valeur ajoutée. Le cluster a identifié un peu plus d'une dizaine de débouchés : industrie, BTP, vêtement technique, agriculture, infrastructures, santé... Les industries aéronautique et ferroviaire représentent elles aussi un gisement intéressant pour la filière, qui a constitué le fer de lance du textile technique dans le monde. Les opérateurs nationaux tablent sur une progression annuelle de 5 à 6% par an à la faveur de la sous-traitance pour le compte des équipementiers aéronautiques et des constructeurs de lignes TGV, qui devrait s'accélérer. Le domaine du sport, marqué par la volonté continue d'améliorer les performances, présente également un fort potentiel pour le textile technique. La demande pour les nouveaux textiles (fibres synthétiques et enduction), assurant sécurité et confort, est appelée à croître grâce à l'intérêt grandissant pour la pratique du sport.

Automobile, un potentiel de 60 millions de m2

L'automobile figure évidemment en premier lieu des filières à fort potentiel. Une voiture contient plus de 20 m² de textile technique. Le Maroc développera une capacité de production d'un million de véhicules à l'horizon 2020 avec l'entrée en service de PSA Peugeot Citroën aux côtés de Renault et autres équipementiers. Mais les industriels tablent sur un rayon d'action plus large, s'étendant à l'UE et estimé à quelque 3 millions de véhicules. Soit un potentiel de 90 millions de m² de tissu technique. Une étude sera bientôt lancée sur la partie intérieure de l'automobile pour identifier le potentiel de ce segment.

TEXTILE: MOULAY HAFID ELALAMY VEUT SÉCURISER L'AMONT DU SECTEUR

Par [Fayçal Ismaili](#) le 31/03/2016 à 00h56 (mise à jour le 31/03/2016 à 00h56)



© Copyright : DR

Kiosque360. Après la création d'écosystèmes pour ce secteur, 28 projets industriels ont été identifiés pour en développer l'amont. Objectif: un chiffre d'affaires additionnel de 2,3 milliards de dirhams, dont plus de la moitié réalisé à l'export.

Des exportations pour 1,3 milliard de dirhams. C'est l'objectif que se fixe Moulay Hafid Elalamy, ministre de l'industrie, pour l'amont du secteur textile, comme le rapporte Aujourd'hui le Maroc dans son édition du 31 mars. Le ministre vient de signer une convention avec l'Association marocaine des industriels du textile AMITH. «Nous voulons bâtir le secteur du textile sur des bases solides», a déclaré le responsable gouvernemental à cette occasion. Il estime d'ailleurs que les négociations ont beaucoup duré pour arriver à cet accord. Mostafa Sajid, président de l'AMITH, abonde dans le même sens. Pour lui, la création d'écosystèmes pour le secteur intervient après un «climat d'attentisme».

Les projets d'investissements prévus par ce partenariat portent sur un montant de 713 millions de dirhams. Ils sont censés créer près de 12.000 emplois, soit 12% de l'objectif emploi fixé aux écosystèmes textile à l'horizon 2020. Ils sont surtout destinés à générer un chiffre d'affaires additionnel de 2,3 milliards de dirhams dont 1,3 milliard à l'export, soit un quart de l'objectif à réaliser pour les écosystèmes du secteur sur les cinq prochaines années.

Six de ces 28 projets sont portés par des locomotives opérant dans les filières du Fast fashion, du Denim et des distributeurs industriels de marques. Les 22 autres seront réalisés par des PME qui opèrent dans différentes filières du textile. Autre point important: seuls deux de ces 28 projets sont à capitaux étrangers. Pour ce qui est de la répartition régionale, Casablanca s'accapare la moitié de ces projets et 62% des emplois à créer. Tanger est aussi assez bien lotie: 20% des projets et 12% des emplois.

A noter surtout que les six grands projets, dits locomotives, bénéficieront d'aides sur l'investissement matériel comme les constructions, les équipements et les installations. Ils pourront aussi profiter d'une aide immatérielle consistant en des formations dans le design et le développement produit.

ET SI L'INDUSTRIE DU TEXTILE DISPARAISSAIT?

Par [Sanae El Asrawi](#) le 22/03/2016 à 02h42



© Copyright : Dr

Kiosque360. Depuis plusieurs années, l'augmentation du coût de l'électricité, soit 32% en quatre ans, est à l'origine de plusieurs fermetures d'usines officiant dans le textile. Malheureusement, ce n'est pas l'unique facteur de ces fermetures. Les détails.

Le textile fait-il réellement partie des secteurs stratégiques? C'est le doute qu'émet Saïd Berrada, PDG de Polyfil, dans les colonnes de L'Economiste dans son édition du 22 mars. Selon le PDG, "il est incohérent d'inciter les industriels à investir et à décider une augmentation annuelle de 7% du tarif de l'énergie pendant 4 ans alors que le prix de l'électricité au Maroc reste plus cher que chez nos principaux concurrents".

L'usine Polyfil n'est pas la seule à être durement impactée par la hausse du coût d'énergie. Les entreprises dédiées au textile ont eu à supporter trois augmentations successives en août 2014, janvier 2015 et janvier 2016. Et ce n'est pas fini: une autre est encore prévue en janvier 2017 dans le cadre du contrat-programme signé entre le gouvernement et l'ONEE. Soit une facture augmentée de 32% en moins de quatre ans. Aussi, les coûts de production explosent! Et les professionnels sont en colère.

Polyfil, par exemple, doit payer 22 millions par an, soit 35% des charges d'exploitation, donc autant que la masse salariale. Comme beaucoup d'autres entreprises de textile qui ont opéré un tournant pour le négoce, Polyfil va-t-elle devoir fermer ses portes à cause du coût de l'électricité?

Mais, au fond, les fermetures d'usines ne sont pas le seul indicateur de la désindustrialisation du Maroc dans le textile. Depuis de longues années, aucune convention d'investissement dans le textile n'a été signée. Les investisseurs préfèrent, par trop souvent, des secteurs spéculatifs au rendement garanti. Or, le textile est un domaine qui emploie beaucoup de main-d'oeuvre. Certains groupes emploient jusqu'à 5.000 personnes chez les opérateurs orientés export, le gouvernement ayant mis en place, au début des années 2000, un système de "draw-back". Ce régime économique consiste à reverser aux entreprises exportatrices une partie de leurs dépenses d'électricité. Dans le cas de Polyfil, la ristourne s'élève chaque année à environ 400.000 DG, pour une facture de 22 millions de DH.

Si, au niveau du prix de l'électricité, il sera difficile, voire impossible, de faire marche arrière, il existe deux options pour sauver l'industrie: aligner la tarif du kw/h sur celui des principaux concurrents du Maroc ou réviser le montant du drawback qui permettra de ramener le kw/h à l'export au prix des concurrents.

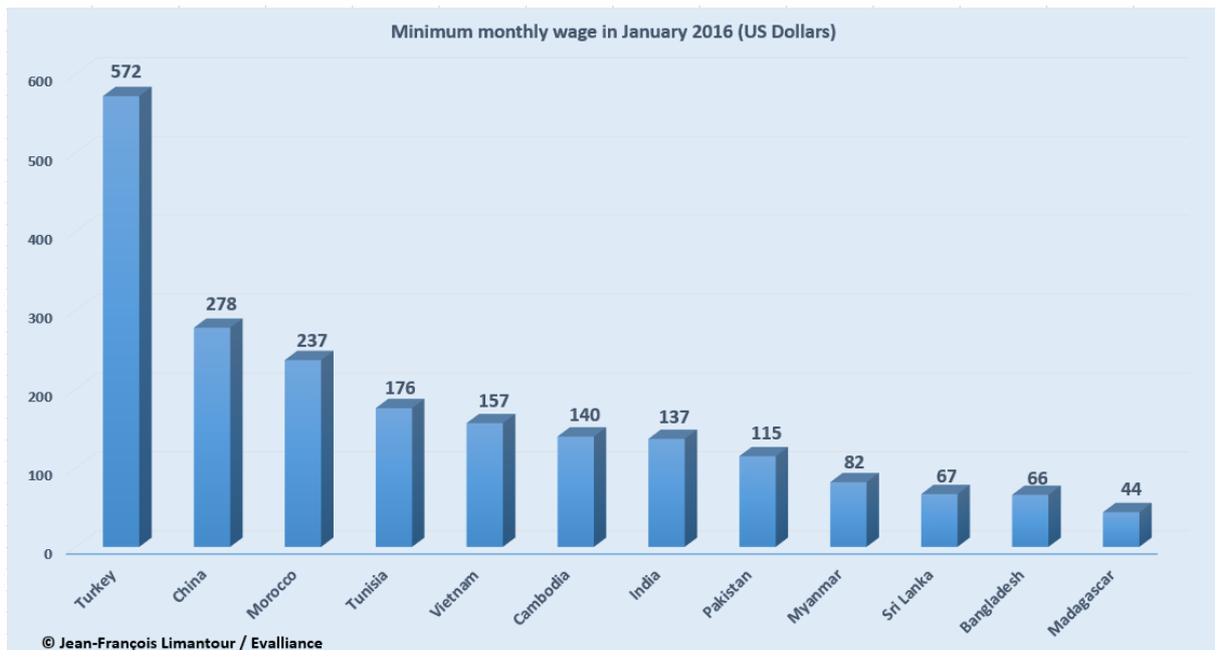
Par Sanae El Asrawi



Les salaires minima des principaux fournisseurs d'habillement de l'Union Européenne, en 2016

Jeudi 31 mars 2016

En 2016, l'éventail des salaires minima dans les principaux pays fournisseurs d'habillement de l'Union européenne est considérable.



La Turquie arrive en tête avec un SMIC mensuel de 572 dollars, en augmentation de 30 % par rapport à son niveau de janvier 2015. La Chine arrive en seconde position avec un SMIC de 278 dollars à Shanghai. On notera toutefois que le SMIC applicable dans des provinces comme le Guangxi est inférieur de 55 %. Suivent, loin derrière, les deux fournisseurs maghrébins, le Maroc et la Tunisie. L'écart entre les deux SMIC est de 35 %.

Le SMIC vietnamien a augmenté de 13 % en 2016. Il est à 157 dollars à Ho Chi Minh City mais inférieur de 31 % dans les régions les plus pauvres.

Le SMIC cambodgien a augmenté de 9,4 % à 140 dollars.

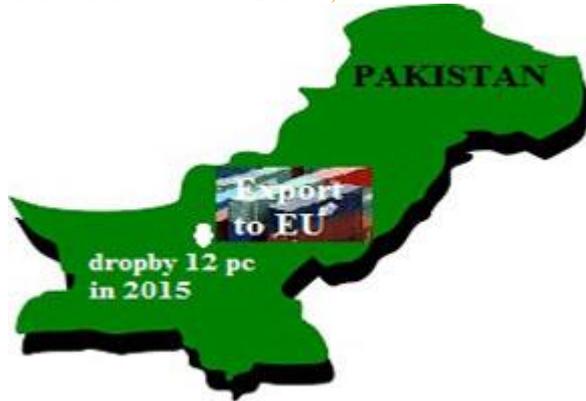
Le SMIC indien est de 137 dollars à New Delhi mais inférieur à 100 dollars dans certaines régions comme le Rajasthan.

Au Myanmar (Birmanie) le salaire minimum mensuel est de 82 dollars. Il tombe à 67 dollars au Sri Lanka et 66 dollars au Bangladesh qui, rappelons-le, est le second fournisseur d'habillement de l'Europe.

Pour mémoire, on notera que le SMIC à Madagascar va être porté à 44 dollars pour un mois de travail.

Pakistan's exports to EU plunge by 12pc in first 11 months of 2015

YarnsandFibers News Bureau, 2016-03-31 13:00:00 - Islamabad



Pakistan's exports to the European Union (EU) in the first 11 months (January-November) of 2015 has plunged from \$6.96 billion to \$6.13 billion in the same period last year, a drop of 11.93 percent, indicating that the preferential market access has failed to boost dwindling exports.

The commerce ministry listed two reasons for the decline: the recession in EU and depreciation of the euro against dollar.

Exports of textile garments dropped to \$2.289bn from \$2.291bn. Home textile exports dipped 8.51pc to \$1.461bn from \$1.597bn in January-November 2014.

Exports of cotton and intermediary goods of textile reflected a decline of 16.94pc year-on-year to \$810.63 million from \$975.99m.

In the non-textile sector, exports of carpets and rugs declined by 6.70pc to \$35.93m in January-November 2015 from \$38.51m.

According to EU official data available, the impact of GSP+ scheme on textile and clothing sector showed a dismal performance. The sector constitutes 75pc of the total exports to EU under the scheme.

Textile and clothing exports to EU declined by 6.24pc year-on-year to \$4.597bn in January-November 2015 from \$4.903bn.

The preferential market access to the EU markets, under Generalised System of Preferential Plus (GSP+) scheme, became effective in January 2014, and would remain available for the next 10 years. In the first year, a growth of 20pc was witnessed.

Pakistan Apparel Forum Chairman Muhammad Jawed Bilwani said that the government has totally failed in increasing the exports. It is evidently a matter of real concern that exports are failing just because of the wrong policies of the present government. He complained that the government has withheld exporters' refunds amounting billions of rupees which has created financial problems for them.

Other factors, according to an analyst, included persistent vicious circle of high unemployment, low wages, fall in purchasing power, decline in domestic demand and shrinkage in non-essential imports in European countries.

Sri Lanka To Regain EU Duty Free Import Status in 2017

COLOMBO, Sri Lanka – The European Union noted the progress made by Sri Lanka on the criteria for regaining its so-called GSP+ import duty free status for bicycles imported into the European Union. The GSP+ status safes bicycle exporters from Sri Lanka 14% EU import duty. In 2017 Sri Lanka is expected to again be granted this special status which made the country 5 years ago EU’s 3rd biggest bike supplying country.

In August 2010, Sri Lanka lost its GSP+ status as a result of alleged violation of human rights. In that year the country exported 1.2 million bicycles to the EU member states with special trade preferences granted to the country under EU’s Generalizes System of Preferences (GSP). In 2010 Sri Lanka was, after Taiwan and Thailand, EU’s 3rd biggest bike supplier. Since losing the GSP+ status the bicycle export from the country dropped hard; to only a quarter of a million units during the first 8 months of 2015.

New government

With the election of a new government Sri Lanka is applying for reinstatement of the tariff preferences provided under the special incentive arrangement for sustainable development and good governance (GSP+) of the European Union.

The European Commissioner for International Cooperation and Development, Neven Mimica, acknowledged last week in Colombo that, “It is visible that democracy and reconciliation are top priorities of the newly elected government. So now is the correct time and it is the common will of the EU to grant this.” However, he also said that it is the Sri Lanka government’s decision when to apply for the GSP+ trade benefit from the European Union.

Approval process

“We will work together for an early application. The approval process takes about 10 – 12 months. The process is on track and a meeting will take place in April when a delegation from the EU comes.” EU Commissioner Mimica said this at the ceremonial inauguration of the delegation premises of the European Union to Sri Lanka and the Maldives.

Imports from Sri Lanka crumbled

Europe is Sri Lanka’s biggest export market with textile and clothing accounting for more than half of the export value. In 2010, bicycle imports reached a record high of 1.2 million units. As a result of duties going from 0 to 10.5%, after lifting GSP+, EU imports from Sri Lanka dropped to 950,000 bikes in 2012. The year after however, imports crumbled to under 400,000 as a result of the imposition of a 48.5% anti-circumvention duty. Three companies, i.e. Asiabike, BSH Ventures and Samson Bikes were excluded from the duties. They will more than probably welcome the 10.5% duty reduction once GSP+ becomes effective again in Sri Lanka.

Published by Jack Oortwijn on 24 Mar 2016
last update: 24 Mar 2016

TEXTILE

DES **ATOUTS**
À VALORISER

Le Groupement professionnel de la confection et de l'habillement (Gpch) relevant de la Conect a signé une convention avec Messe Frankfurt France, l'organisateur de plusieurs salons professionnels, dans l'objectif d'assurer la promotion du secteur textile sur de nouveaux marchés

Par Ridha MAAMRI



La bravoure des citoyens tunisiens de la ville de Ben Guerdane, qui ont défendu bec et ongles leur territoire face à l'assaut d'un groupe terroriste, a suscité l'admiration des partenaires allemands qui se sont montrés résolus de poursuivre leurs plans d'investissement en vue de créer des richesses et des emplois. Tel était le message transmis par la directrice générale du Centre de promotion des exportations (Cepex), Aziza Htira, à l'occasion de la signature d'une convention entre la Groupement professionnel de la confection et de l'habillement (Gpch)

relevant de la Conect et Messe Frankfurt France, l'organisateur de plusieurs salons professionnels. La convention a pour objectif de relancer le secteur textile qui assure 18% des exportations tunisiennes et environ 40% des emplois dans les industries manufacturières. « Elle découle d'une série de réflexions et d'actions engagées par le Groupement professionnel dont des workshops portant sur plusieurs thématiques clés à l'instar de la compétitivité des entreprises tunisiennes, la formation professionnelle, les métiers futurs et la promotion du secteur », a relevé Samir Ben Abdallah, président de (Gpch). Le rapport de synthèse élaboré en conséquence a démontré la place qu'occupe le volet promotion dans

la stratégie de relance du secteur, d'où cette convention avec la société Messe Frankfurt France. Conformément à cette convention, qui concerne le salon Apparel Sourcing Paris, le premier salon européen de l'approvisionnement en habillement, Messe Frankfurt France s'engage à faciliter l'accès des entreprises tunisiennes à de nouveaux marchés, en aménageant un pavillon propre à la Tunisie, un défilé de mode et de savoir-faire tunisiens ainsi qu'une conférence économique et une campagne de presse. « Cette entreprise fait partie d'un plan d'action à engager avec des partenaires étrangers et locaux », ajoute-t-il. De son côté, le président de Messe Frankfurt France, Michael Scherpe, qualifie cette convention de « porteuse d'avenir » et considère qu'elle est en mesure de valoriser les atouts du secteur textile tunisien. L'objectif du plan d'action adossé à cet accord est d'inciter les grands acheteurs à visiter le pavillon tunisien en vue de faciliter les échanges avec les donneurs d'ordre. Pour se distinguer des concurrents asiatiques, avec leurs très bas prix, le site tunisien pourrait se positionner comme un bon fournisseur de proximité, producteur d'articles de haute de gamme et de fast-fashion. Pour ce faire, il convient de mettre en valeur, outre la proximité, les atouts du site tunisien, à savoir la qualité des infrastructures, la compétence de la main-d'œuvre, conclue-t-il. ■

ENTRETIEN AVEC MICHAEL SCHERPE

POUR UN NOUVEAU POSITIONNEMENT DU TEXTILE TUNISIEN

La convention signée entre la Conect et Messe Frankfurt France est «porteuse d'avenir», selon Michael Scherpe, président et premier organisateur de salons textile au monde.

Propos recueillis par Ridha MAAMRI

La convention signée entre la Conect et Messe Frankfurt France vise la relance du secteur de textile. S'agit-il d'un objectif ambitieux dans la conjoncture actuelle ?

Bien sûr que non. Tant que vous n'avez pas perdu le match, vous pouvez toujours le remporter. Y a-t-il un élément qui prouve incontestablement que la Tunisie a perdu son match ? Moi je n'en connais pas. Au contraire, j'en connais de nombreux autres qui montrent que la Tunisie dispose de fortes potentialités de développement, à commencer par les jeunes, qui sont très bien formés mais sous-employés à l'heure actuelle, à défaut d'investissement dans le secteur. Pour valoriser cet atout considérable, et bien d'autres, la Tunisie a besoin d'investissements.

En réalité, je vous ai posé la question suite aux multiples cris de détresse poussés par les investisseurs du secteur ?

Ils se sont alarmés, certes, à cause de la conjoncture actuelle, mais le vrai défi consiste en l'élaboration



d'une stratégie pour le secteur. Pour ce faire, il faut présenter une vision globale qui projette le site tunisien dans l'avenir en prenant en considération ce que les projecttent les concurrents. Dans ce cadre proactif, j'ai créé à Paris le salon «Avantex», dédié à l'intégration de la high-tech dans la mode, et un autre à Frankfurt pour le textile technique. La Tunisie peut prendre sa place dans ces salons qui progressent au fil des années en vue d'accompagner l'évolution de la

demande. Vous n'êtes pas sans savoir que nous passons par une période formidable marquée par une rupture, que je qualifie de positive dans les habitudes de consommation. Parallèlement, la demande évolue au rythme d'une croissance démographique soutenue de la planète, à raison de un à trois milliards d'individus. Pour le textile, on assistera à une progression formidable de la demande en habillement. Le secteur de l'automobile n'en bénéficierait pas autant que le

textile car, pour les habits, je vois mal comment on pourrait s'en passer. Ce n'est pas parce qu'on voit noir, actuellement, qu'on décide d'arrêter de travailler. Il faut travailler pour véhiculer une nouvelle image, une nouvelle notoriété et développer un nouveau positionnement de l'industrie textile tunisienne. A cet égard, je suis persuadé que toute volonté sera récompensée, tôt ou tard.

Vous faites allusion aux possibilités de compétitivité du secteur textile en Tunisie dont la valorisation permettrait de capter ces nouvelles opportunités. Pouvez-vous nous présenter les atouts jusque là sous-exploités ?

La proximité géographique et culturelle de la Tunisie avec l'Europe est à valoriser, surtout en ces temps de rude concurrence des Asiatiques. Mais ce n'est pas suffisant. Il faut chercher des sources de compétitivité à l'intérieur de l'entreprise, notamment au niveau de l'offre des produits, de la recherche et de développement, de l'organisation du travail, de l'infrastructure, de la logistique... En fait, c'est une recherche permanente d'amélioration des processus en vue de garder une longueur d'avance sur les concurrents qui progressent, eux aussi.

La convention prévoit une diversification des marchés. Quels sont les marchés-cibles dans le cadre de cette démarche ?

D'abord, dans le secteur, on parle désormais d'un marché mondial. Est-ce que la Tunisie est présente sur ce marché ? La réponse est négative. Et quand on affine la recherche sur le positionnement de la Tunisie sur le marché européen, on remarque que sa présence reste concentrée sur des marchés historiques, dont l'accès est relativement plus facile. Là, les

marges de progression s'amenuisent. Je n'appelle pas à quitter ces marchés, au contraire, il faut y préserver ses parts de marché. Mais, parallèlement, il faut cibler d'autres marchés. Et c'est l'objet même de la convention.

Le marché allemand figure sur la liste des marchés cibles ?

Oui.

Est-ce que Messe Frankfurt pourrait jouer le rôle de facilitateur sur ce marché ?

Oui, je pense que nous sommes en mesure de le faire. Déjà, avant la signature de la convention, nous avons accueilli au dernier salon «Apparel Sourcing» l'organisation allemande «Dialog textil bekleidung» qui négocie les approvisionnements en habillement pour le compte des importateurs allemands. L'un de leurs congrès a été tenu parallèlement à notre salon. Cette coopération sera renforcée. Et nous allons provoquer des rencontres entre les entreprises tunisiennes et cet acteur majeur du marché allemand.

La présente convention est-elle en mesure de motiver les entreprises tunisiennes de textile pour participer aux salons professionnels ?

Je l'espère. J'ai attiré l'attention des responsables de la Conect et du Cepex sur l'importance de l'adoption d'une pédagogie visant le changement de quelques modèles de pensée ancrés chez les entrepreneurs en vue de les convaincre de franchir un autre cap. Car, quand on perd des parts de marché, il convient de les chercher ailleurs. A cet égard, les salons de Messe Frankfurt donnent plus d'accès au marché mondial, qui est en réalité dur, difficile et pas toujours agréable. ■

**JEAN-FRANÇOIS LIMANTOUR
EXPERT INTERNATIONAL
EN TEXTILE-HABILLEMENT**

**UNE MONTÉE EN GAMME
S'IMPOSE**



“ Le secteur textile peut mieux se porter. C'est vrai que les dernières statistiques européennes montrent que la Tunisie a reculé dans le classement des fournisseurs en habillement du marché européen de la quatrième à la neuvième place, mais elle n'est pas le seul pays à subir des contreperformances sur le marché européen. Les exportations en provenance du Maroc, de la Turquie et de l'Egypte ont également régressé. On peut conclure alors qu'il y a un problème d'ordre général qui affecte les exportations tunisiennes et méditerranéennes. Cependant, des problèmes spécifiques à la Tunisie dont l'insécurité continuent à peser lourd sur le secteur et altèrent le rythme des investissements. D'où l'objet de la convention qui vise à relancer l'investissement dans le secteur, notamment dans des filières à haute valeur ajoutée. Car la Tunisie ne peut plus s'afficher comme un site de simple sous-traitance à bas prix. Sur ce terrain, d'autres pays asiatiques sont plus agressifs en matière de coût, et plusieurs d'entre eux bénéficient de facilités d'accès au marché européen, à l'instar de la Birmanie, du Cambodge, du Vietnam, du Bangladesh et du Pakistan. L'Union européenne a accordé à ces pays des avantages bien plus importants à ceux accordés à la Tunisie. Face à cette situation, cette dernière devrait adopter une stratégie de différenciation basée sur une montée en gamme, développement des marques... A cet égard, je peux confirmer que la Tunisie dispose d'un potentiel de développement considérable. Pour ce faire, il est opportun de mobiliser toutes les parties prenantes, non seulement les entreprises, mais également les institutions compétentes et l'Union européenne, qui devrait montrer concrètement ce que veut dire un « pays ami ». De notre part, nous sommes en train de préparer une mobilisation à grande échelle qui devrait déboucher sur de grandes actions et opérations dès le début du prochain semestre. » ■



Tunis : signature d'une convention de collaboration entre le GPHT – Conect et Messe Frankfurt France



Samir Ben Abdallah (gauche) et Michael Scherpe, président Messe Frankfurt France

0

Par [Mohsen Tiss](#)

8/03/2016 à 12h08

Dans le cadre de la stratégie de relance du **secteur du Textile – Habillement**, notamment dans son volet promotion, conformément aux recommandations émises par les professionnels lors de la Journée nationale sur le secteur du Textile – Habillement organisée par le **Groupe Professionnel de la Confection et l'Habillement (GPCH)** relevant de la **CONNECT** le 26 novembre 2015, le **GPCH** a établi une collaboration avec le plus grand organisateur de salons textiles dans le monde, Messe Frankfurt, pour l'accompagner dans un vaste programme promotionnel et de communication sur les potentiels du secteur, au niveau des échanges commerciaux et de partenariat.

Le programme de **partenariat GPCH- Messe Frankfurt France** a été présenté le 08 mars 2016 au CEPEX, à l'occasion de la signature d'une convention de collaboration.

Un groupe d'au moins dix entreprises tunisiennes soient réunies au sein d'un pavillon national. Un effort tout particulier sera effectué pour que ce pavillon soit tout particulièrement attractif.

De son côté, Messe Frankfurt France organisera un défilé de mode pendant le salon pour promouvoir l'offre tunisienne. Un séminaire préparatoire sera organisé pour que les exposants exposent dans les meilleures conditions leurs produits et leurs services pendant ApparelSourcing.

Une conférence économique pendant le salon, une soirée tunisienne ainsi qu'une conférence de presse de presse seront organisées. Les grands acheteurs seront incités à visiter les stands des entreprises tunisiennes.

La convention vise à favoriser la diversification des exportations tunisiennes vers les marchés de l'Europe du Nord, les marchés nordiques, la Suisse, l'Autriche et la Grande Bretagne.

L'autre volet de la convention vise la promotion de l'offre tunisienne textile-habillement en Tunisie même. Messe Frankfurt France s'est engagé à rechercher, en vue de leur soutien, les voies et moyens susceptibles de promouvoir et de valoriser l'offre de la Tunisie.

Belhassen Ghrab expose les problèmes des entreprises du textile à Slim Chaker

webmanagercenter.com | 12 Mars 2016



Les entreprises opérant dans le secteur du textile/habillement (TH) en Tunisie souffrent aujourd'hui des importations de produits confectionnés, notamment à travers le circuit parallèle, ce qui ne permet pas la préservation de l'industrie tunisienne. C'est ce qu'a indiqué le président de la Fédération nationale du textile

(FENATEX), Belhassen Ghrab, qui l'a fait savoir au ministre des Finances, Slim Chaker, qu'il rencontrait vendredi 11 mars 2016.

Ghrab a saisi cette occasion pour évoquer les contraintes liées à la lenteur du traitement des différentes autorisations et la complexité des procédures administratives, indique un communiqué du département des Finances.

Pour sa part, Chaker a souligné que le processus d'allégement des procédures a déjà commencé par les mesures contenues dans la loi de finances 2016, notamment par la réduction des taux des droits de douane en 2 taux uniquement 0 et 20%, dans le but d'alléger davantage les procédures, baisser le nombre d'autorisations et faciliter l'accès au financement bancaire.

A noter que la rencontre s'est déroulée en présence du directeur général de la douane ainsi que celui des avantages fiscaux et financiers. Une seconde réunion avec les services de la douane a été programmée pour la semaine prochaine afin d'apporter des solutions concrètes aux difficultés soulevées.

9 mars 2016

La CONECT et Messe Frankfurt France au secours des textiliens tunisiens

Le groupement professionnel de l'habillement et de la confection de la CONECT (Confédération des entreprises citoyennes de Tunisie) et la société allemande Messe Frankfurt France ont conclu, mardi 8 mars, une convention de coopération pour la promotion des produits textile et habillement tunisiens, à l'intérieur et à l'extérieur du pays.

En vertu de cette convention, la société allemande œuvrera à exporter des produits tunisiens diversifiés vers les marchés de l'Europe du Nord, notamment en Allemagne et dans les pays scandinaves, a assuré le président de la société allemande, Michael Scherpe, au cours de la cérémonie de signature.

Le secteur de textile-habillement tunisien se distingue par d'importants gisements de compétitivité et dispose de nombreux atouts industriels et commerciaux sous exploités, en vue de relancer sa croissance, a-t-il dit.

Il a annoncé que Messe Frankfurt France consacrera un pavillon « attractif » aux 10 entreprises tunisiennes qui participeront au salon international « Appareil Sourcing » qui aura lieu en septembre 2016 à Paris. Il s'agit d'inciter les grandes sociétés internationales à acheter le produit tunisien outre l'organisation d'une soirée consacrée à l'habillement tunisien. Elle œuvrera également à la promotion du textile tunisien et l'organisation de rencontres de partenariat.

Pour sa part, la PDG du Centre de promotion des exportations (CEPEX), Aziza Hatira, a indiqué que Messe Frankfurt France aidera à la mise en place d'un plan d'action pour permettre au secteur de retrouver sa position initiale sur le marché européen, où la Tunisie constitue le 9ème pays fournisseur après avoir été le 2ème fournisseur de ce marché.

Le président du groupement professionnel de l'habillement et de la confection de la CONECT, Samir Ben Abdallah, a appelé le gouvernement à identifier des mécanismes permettant d'aider à la commercialisation du textile tunisien sur le marché algérien et à conclure des accords de libre-échange avec les Etats-Unis d'Amérique (expérience de l'Egypte et du Maroc).

Exportations textiles : le pays vise 30 milliards de dollars

19/03/2016

Le Vietnam demeure l'un des cinq premiers exportateurs mondiaux de textile-habillement. Ce secteur pourrait réaliser cette année un chiffre d'affaires à l'exportation de 30 milliards de dollars, soit une croissance annuelle de 8%.

Les exportations nationales du textile-habillement ont atteint 27,2 milliards de dollars en 2015, soit un peu en-deçà de l'objectif annuel de 27,5 milliards représentant néanmoins une croissance annuelle de 10%. Ce résultat est toutefois estimé encourageant compte tenu de la conjoncture économique difficile de cette année-là.

Une hausse a été constatée sur de grands marchés : 12,95% aux États-Unis, 8,77% au Japon, 7,95% en République de Corée, et 5,96% en Union européenne (UE). Selon Hoàng Vê Dung, directeur général adjoint de Vinatex, le secteur pourrait réaliser en 2016 un chiffre d'affaires à l'exportation de 29,5 à 30 milliards de dollars, pour une progression de 8%.



Le pays s'efforce de répondre à 60% de ses besoins de matières premières pour le textile d'ici à 2018.

Photo : Vu Sinh/VNA/CVN

Les États-Unis, le premier marché d'exportation

Les États-Unis sont un marché prometteur. Le Vietnam est aujourd'hui son deuxième exportateur au niveau du textile, dépassant même la Chine. Au point que de nombreux producteurs délocalisent leurs usines de Chine au Vietnam en raison de plus faibles coûts de production, entre autres. C'est, en effet, l'occasion pour les entreprises

de développer leur production comme d'améliorer la qualité de leurs produits. L'Association du textile et de l'habillement du Vietnam souligne que plus de 60% des produits vietnamiens sont exportés aux États-Unis et au Japon, où ils sont frappés de taxes à un taux moyen de 17% à 20%, ce qui laisse augurer de excellentes opportunités lorsque le partenariat transpacifique (TPP) entrera en vigueur.

Une fois le TPP valable, un millier de lignes tarifaires relatives aux produits du textile seront supprimées. La croissance annuelle des exportations nationales de ces produits pourrait atteindre 15%, contre 7-8% actuellement. Avec l'Accord de libre-échange (FTA) Vietnam - Union économique eurasiatique, les exportations vietnamiennes pourraient bondir de 50% la première année, puis de 20% les années suivantes. D'ici trois à cinq ans, le Vietnam réaliserait un chiffre d'affaires à l'exportation équivalent à celui du Bangladesh et de l'Inde, et figurer ainsi parmi les cinq premiers fournisseurs de l'Union économique eurasiatique.

Lê Tiên Truong, directeur général de Vinatex, a déclaré que l'une des tâches principales du secteur national était de maintenir ses parts de marché aux États-Unis, en UE, au Japon et en République de Corée, tout en recherchant de nouveaux débouchés.

Mieux exploiter les FTA

Les FTA signés par le Vietnam avec des partenaires ouvrent de nouvelles opportunités en termes d'attrait de l'investissement direct étranger. Ils encouragent également les entreprises vietnamiennes à améliorer leur production et leur compétitivité. Afin d'exploiter les avantages que présentent ces FTA, ces dernières années, les entreprises du textile ont pris de nombreuses mesures pour élever leur compétitivité.



Les FTA offrent des opportunités en or pour le textile vietnamien.

Photo : Hoàng Nguyễn/VNA/CVN

De l'avis des économistes, c'est le secteur du textile qui bénéficiera le plus du TPP. Les règles d'origine des matières premières pourraient toutefois devenir un vrai défi pour les exportateurs vietnamiens. En effet, l'application des dispositions du TPP est subordonnée à la justification de l'origine des matières premières employées, qui doivent venir du Vietnam ou d'une des parties à l'accord. C'est donc avec bienfondé que Nguyễn Huu Toan, directeur de la Compagnie de textile Saigon 2, considère qu'il faut créer rapidement des zones de production de matières premières pour le textile. «*Les matières premières sont un véritable problème au Vietnam, car celui-ci en produit insuffisamment, de sorte qu'elles sont majoritairement importées*», explique-t-il.

Ces matières premières représentent un véritable enjeu, et ce d'autant plus que les investissements nécessaires dans le secteur du textile - production, transformation, tissage, teinture - sont considérables. La production nationale de matières premières progresse, mais elle ne répond toujours qu'à 20-25% des besoins. L'Etat a donc pris des mesures pour encourager l'investissement étranger dans ce secteur. En 2015, le secteur du textile et de l'habillement a reçu plus de 50 projets étrangers cumulant 1,12 milliard de dollars de capitaux. Il s'agit de projets de production de matières premières, comme les usines de tissage Hyosung dans la province de Đông Nai (660 millions de dollars), de teinture et de tissu Luthai dans la province de Tây Ninh (160 millions de dollars).

Les entreprises vietnamiennes ont investi davantage dans la création de complexes industriels réalisant à la fois le tissage, la production de textile et la teinture. Le groupe Vinatex, à lui seul, a consacré 9.000 milliards de dôngs entre 2013 et 2015 à la réalisation de 51 projets : 14 de tissage, 15 de textile et 15 de confection. Selon Lê Tiễn Truong, d'ici à 2018, date d'entrée en vigueur du TPP et de FTA Vietnam-UE, le pays pourrait répondre à 60% de ses besoins en matières premières pour l'industrie du textile et de l'habillement, puis à 65% d'ici à 2020.

Pour bénéficier des avantages du TPP et des autres FTA, les entreprises vietnamiennes doivent être capables de proposer des produits finis confectionnés à l'aide de matières premières vietnamiennes. Or, aujourd'hui, le pays compte 2.000 entreprises du textile dont la grande majorité ne sont que des sous-traitants.

Thê Linh/CVN

Industry News | Time : Mar 25 2016 8:53AM

Vietnam needs \$15 billion for weaving, dyeing industry

At a recent seminar on Vietnam's garment industry in Ho Chi Minh City, Le Tien Truong, General Director of the Vietnam Textile and Garment Group (Vinatex), said that participating in the Trans-Pacific Partnership (TPP), Vietnam's garment industry is said to have competitive advantage.

The most clear evidence is in the 2007-2014 period, when Vietnam had no new trade agreements and many countries saw the fall of exports of garment-textile products.

Only Vietnam maintained growth of over 10% (entirely based on its competitiveness). In terms of technical productivity, the Vietnamese garment industry reached the world's top 3.

"However, to get this great benefit, Vietnam also experienced many challenges and barriers regarding materials.

Typically, in 2015, Vietnam exported \$27.5 billion of garment-textile products but it had to spend \$14 billion to import raw materials.

Of the remaining \$13.5 billion in the country, we spent \$6 billion to pay salaries and over \$ 7 billion for domestic raw materials.

Thus, Vietnam needs to overcome the problem of input raw materials," said Truong. Vinatex CEO added that in Vietnam, businesses only need \$3,000 to invest in a position of garment worker (people and technology) but up to \$200,000 for a fiber or dye worker.

Therefore, it is extremely hard for small and medium enterprises to invest in the textile and dyeing industry. Vietnam needs up to \$15 billion to invest in the industry.

"This figure is really a challenge for local businesses. So when the market opens, the arrival of foreign investors is unavoidable. So, to ensure healthy competition, the State needs to manage the market properly, with strict legal institutions in both technology and environmental protection," Truong said.

He also urged local businesses to work closely together to create an overall value chain.

Dr. Nguyen Duc Thanh - Director of the Vietnam Economic and Policy Research Institute (VEPR) - said to realize the opportunities of integration, in addition to the efforts of enterprises, the State needs to change institutions to make good policies for the development of enterprises.

Professor Hansj?rg Herr from the Berlin School of Economics said Vietnam should not float the market decisions, but creates an environment for coordination between the authorities and enterprises to enable enterprises to have fast access to the creative economy.

Besides, the Vietnamese state should have good defense solutions to protect domestic enterprises.

Vietnam's textile dyeing sector needs \$15 bn investment

28

Mar '16

Even as Vietnam's [textile](#) industry seeks to derive the maximum advantage from the Trans Pacific Partnership (TPP), the sector is grappling with low labour productivity and a serious shortage of textile and dyeing materials. According to one estimate, the dyeing sector needs a massive investment of \$15 billion.

Le Tien Truong, general director of the Vietnam Textile and Garment Group (Vinatex) pointed out that in 2015, Vietnam exported \$27.5 billion of garment-textile products but it had to spend \$14 billion to import raw materials.

"Thus, Vietnam needs to overcome the problem of input raw materials," Truong said at a seminar on Vietnam's garment industry at Ho Chi Minh City.

The Vinatex CEO also highlighted the massive difference in investments in different branches of the textile industry in Vietnam.

He pointed out that only \$3,000 is needed to invest in a position of garment worker (people and technology) but up to \$200,000 for a fibre or dye worker.

That makes it extremely difficult for small and medium enterprises to invest in the textile and dyeing industry. Vietnam needs up to \$15 billion of investment in the industry, he said.

"This figure is really a challenge for local businesses. So when the market opens, the arrival of foreign investors is unavoidable. So, to ensure healthy competition, the State needs to manage the market properly, with strict legal institutions in both technology and [environmental](#) protection," Truong said.

He also urged local businesses to work closely together to create an overall value chain.

Professor Hansjörg Herr from the Berlin School of Economics said Vietnam should create an environment for coordination between the authorities and enterprises to enable enterprises to have quick access to creative economy. (SH)



VN textile firms remain passive

HOME AEC BUSINESS THU, 31 MAR, 2016 1:00 AM

HANOI - Vietnam's textile and apparel sector remained passive in global value chains, said Nguyen Cam Tu, deputy minister of industry and trade, at a workshop yesterday in Hanoi.

The workshop discussed ways to promote the participation of APEC small- and medium-sized enterprises (SMEs) of textile and apparel global value chains.

The event aims to support the deeper and more effective integration of SMEs into the APEC region, said Tu.

It also aims to enhance the participation of SMEs in global value chains (GVCs) in general and the apparel sector in particular.

The value chain follows the creation of products or services through different production phases, including physical transformation, the input of various manufacturing services, the distribution of products to consumers and their disposal after consumption, the

deputy minister explained.

These activities can be conducted within the enterprises or among different enterprises of a particular geographical area.

"In fact, the GVCs are a new and more comprehensive approach to international divisions of labour," Tu said.

"It means that any enterprise participating in the process of manufacturing can be considered to participate in the GVCs," he added.

However, access to international divisions of labour based on GVCs would help enterprises have a better understanding of their position in the global market, and therefore they can actively select appropriate phases to maximise their benefits, he said.

It is clear that enterprises in general and SMEs in particular must actively participate in GVCs directly or indirectly, he said.

Pham Quynh Mai, deputy director of the Multilateral Trade Policy Department under the Ministry of Industry and Trade, did not hesitate to discuss the difficulties faced by the textile and apparel sector despite its fast growth. The sector is still depending on raw materials and materials imported from foreign countries, especially China.

"This will have a big impact on the country's textile and apparel sector if the market has disadvantageous changes," she said.

To access markets, enterprises need strategies and knowledge, while SMEs should sign design and outsourced manufacturing contracts with large enterprises to learn from their experiences, said Nguyen Huong Tra, a SME development expert at the workshop.

Last update 10:00 | 27/03/2016

Vietnam's textile & garment industry feared to fall into foreign hands

VietNamNet Bridge - Textile & garment companies reject the opinion that textiles & garments would be the biggest beneficiary of the TPP (Trans Pacific Partnership) Agreement.



"Many textile & garment companies are leaving the market because of the state's unstable policies," said Truong Van Cam, deputy secretary general of the Vietnam Textile and Apparel Association (Vitas) at a workshop held by the World Bank (WB) and the Vietnam Chamber of Commerce and Industry (VCCI).

"A garment company wanted to import a printer to make products for export and it took the company's owner six months to obtain the import license," he said, citing an example to show how current policies cause difficulties for enterprises.

"This was because the Decree 60 stipulated that business owners must have junior college's degree to be able to import printers," he said on Thoi Bao Kinh Te Saigon.

A business in Nam Dinh province, which employs 2,000 workers, said it has to pay VND40-50 billion additionally every month because of the required higher minimum wage and trade union fee.

Textile & garment companies reject the opinion that textiles & garments would be the biggest beneficiary of the TPP

"The State's policies need to be designed in a way to encourage investors to do business and stay in the market," he commented.

An analyst said that the government seems to be too optimistic about opportunities to be brought to the textile and garment sector by TPP.

He said in 2015, Vietnam exported \$27 billion worth of textile and garment products, 60 percent of which went to

TPP member countries. However, foreign invested enterprises (FIEs) pocketed most of the money.

He went on to say that with the TPP's strict requirements on origin of products, Vietnam would not be able to get benefits from TPP.

"Vietnam imports 10 percent of yarn and 5.3 percent of cloth from TPP countries. This means that it imports most of materials needed from non-TPP countries. Meanwhile, the products with non-TPP origin won't be able to enjoy preferential tariffs," he explained.

Pham Xuan Hong, chair of the HCMC Textile, Garment, Knitting and Embroidery Association, also said on Nguoi Lao Dong that the profits earned by Vietnamese enterprises are modest because they mostly do outsourcing for foreign partners, while 60-70 percent of materials needed are imports, mostly from China.

A report showed that Vietnam now has 6,000 textile & garment companies, of which garment companies account for 70 percent. Of the number, only 17 percent are textile enterprises, 6 percent spinning, 4 percent dying enterprises and 3 percent makers of input materials and accessories.

Seventy percent of enterprises now make products under the mode of cutting – assembling – trimming. This means that Vietnamese are proficient in the last phases of the production chain, but less so in dyeing and weaving.

World Bank's IFC promotes better energy, water use in Vietnam textile sector

By **Khanh An**, Thanh Nien News

HANOI - Tuesday, March 15, 2016 14:25 [Email](#) [Print](#)



A garment factory in Vietnam. Photo: Reuters

RELATED NEWS

[Vietnam's garment industry has smooth start, eyes \\$30 billion of exports this year](#)

[Fun run aims to raise awareness about health, safety in Vietnam garment factories](#)

Many Vietnamese factories are expected to operate with better energy and water efficiency under a program announced Tuesday by International Finance Corporation, a member of the World Bank Group.

The program was launched by IFC, in partnership with global apparel and footwear company VF Corporation and consumer products retailer Target Corporation, aiming to improve resource efficiency at their supplier factories in Vietnam.

Under the first phase of this program, energy and water efficiency assessments will be conducted at about 30 factories over the next 12 months.

Assessments will be carried out across the textile value chain, including cut-and-sew, dyeing-and-printing and garment-washing operations.

The program will provide advice for technical solutions to improve energy and water efficiency while helping suppliers increase productivity and competitiveness. In addition, IFC will help facilitate financing through its partner banks in Vietnam.

“With Vietnam’s increasing participation in trade agreements, including the Trans-Pacific Partnership and the EU Free Trade Agreement, the local textile sector is poised for faster growth, creating increased demand for sustainable energy and water use practices,” said Kyle Kelhofer, IFC country manager for Vietnam, Cambodia and Laos.

“Vietnam’s textile enterprises stand to benefit from this IFC program by further access to global markets while implementing resource efficiency best practices.”

Last year, exports of Vietnam’s apparel and footwear sector reached US\$39.2 billion and generated approximately three million jobs, most of which are for women.

While this sector is energy and water intensive, there are opportunities for reducing resource consumption by 20 percent or higher by using latest technology and good operating practices, according to IFC.



WEDNESDAY, 23 MARCH 2016 18:30

THE RISK AND OPPORTUNITY OF GREATER TRANSPARENCY IN SUPPLY CHAIN

Consumers in developed world have high expectations from the apparel brands they buy. They expect the clothes to not have been made in inhuman and unsustainable conditions like sweat shops, or use child labor, labour is not being squeezed to do more number of hours or being under paid. Often, manufacturers in underdeveloped countries in order to get more business don't take proper care of human resource or apply appropriate safety measures. Meanwhile, brands are facing pressures from various consumer groups to take compliance code of conduct seriously, check all details of their supplier units and factories, highlighting the need for transparency in their supply chain.

In the just concluded PSF 2016, a panel discussion on brands and in turn manufacturers was the spotlight. It talked about the need for transparency in supply chain and risks arising from there in. The panel deliberated that better communications and collaborations can help mitigate mutual risks and provide competitive advantage for both the parties, brands and suppliers. The panel also explored how companies are evolving their communication activities to handle this 'new normal' and what opportunities this represents.

Obviously transparency in supply chain could expose brands to a lot of risks, if their suppliers are not compliant. Rolling out the discussion, Laura Tyson, SVP, Fleishman Hillard, said she has been working in Hong Kong in communication and media, with a focus on supply chains, "Brands with supply chain focus keep coming back asking us, could we help them communicate, keeping their brand reputation intact, as this is becoming a basic need for brands to know how their supply chain is working?"

Alessandra Cocchi, MD, East Max Fashion, sharing her experience with high fashion brands, "We are increasingly facing the situation where consumer expectations are going up, they would expect to know the origin of our products. We face a lot of pressure to raise our level of manufacturing in terms of compliance, to know if we are fighting potential problems related to environment, maintaining and improving efficiency, without increasing prices etc." Hence, more transparency is required at supply chain levels.

Alex Thomas, VP, Manufacturing Excellence and Technical Services, VF Asia pointed out that if we are not aware and proactive as an industry then

government and regulators will enforce or NGOs will enforce as safety is a concern for every country and everyone.

While agreeing to the risk exposure the panel agreed compliant working and communication with consumer could actually open up opportunities, “Opportunities can be seen, as we have been enforced to engage positively with our suppliers. What we have done is, we have started communicating with brands on the format of fair business practices. In the process, information is shared regarding fair profits, though we have to offer our factories a long term partnership,” explained Alessandra. However, this is a gradual process and may take a few years, “But suppliers are happy to work, as they find it suitable, and they can see that the brand is sustainable and offers a long term business.”

When said being politically correct, they identify the kind of suppliers, who they can work with and share standard practices and would try to help suppliers getting oriented. “But if one of our supplier doesn’t pass the test in EU, we have to reject that supplier. Today, if certain suppliers don’t pass the test in EU or in the US, irrespective of the supplier understanding, we have to discontinue.”

“According to me, the risk in communication, is first to do with big data that we have,” says Alex Thomas, VP, Manufacturing Excellence and Technical Services, VF Asia, “As we have a lot of information, we assess the data, about factories in our supply chain. Secondly, we at VF Corp have 32 brands, all these brands have different DNAs. We have to act keeping brand promises, on other end of spectrum, we have brand promise with a top retailers like Walmart, where we need to work mainly on productivity and saving cost for the value promise, this we may be doing in factories in Mexico, where there are wages 1.5 times higher than that of any other Asian manufacturing countries. Third aspect is engagement, we put all this information on public forum, not only corporate, but bottom up, right upto consumer level, so we go for a lot of engagement, not only with supply chain partners but with the end consumer.” He said as a brand and manufacturer they understand pressures from media, NGOs so they started with a lot of engagement, and in the last five years, a lot of consolidation has taken place, “we don’t source from unknown suppliers anymore. We work with strategic partners, and with them comes more engagement, everyone is able to see direct impact.”

Coming to consumer engagement, Laura asked the panel what kind of opportunities this brings on the table. Alex pointed out not only at consumer levels but at community levels, brand promise needs to be maintained. Alessandra explained, “We have a scoring system based on the working with the suppliers, brands at high end or others may have a different social system. Synchronization of social system is calibrated for different kind of brands. We may have worked extensively with high end brands, we face challenge to explain to the consumer what that scoring system is all about.” While benefits of consumer engagement that facilitates a better understanding of trends and consumer behaviour, I think there’s huge differentiation in the way consumer

looks at origin and quality, for some regular cotton is fine, and for a few three times cost of organic cotton is also fine,”

Andreas Kim, MD, Greater China, Lectra, China, shared a different perspective, “Historically, we in apparel and fashion industry face the need for transparency or communication internally or externally. Growing fast fashion generally needs more suppliers than traditional suppliers, 85 per cent of communication is done on excel sheet, 5 per cent of that is still being done by fax and only 10 per cent is digital communication.” He felt there is a need to come together and that there’s a need to standardise, what we do and what we communicate. “We may follow Higg’s Index or any other process that is considered seriously, through these standardization, we can compare. We necessarily don’t reduce competition because of standardization but increase opportunities. Standardization enables level playing for everyone,” he felt. Today, every brand has its standard process, so every manufacturer has to go through the same process again and again, this is not a consistent way, as for a manufacturer we need lower cost and standardization means lowering the cost, Kim opined. For a brand it is important to have consistency, in terms of price, quality, specification. “I invite all associations to come together to create standardizations in processes. And now through digitalization, it will enable us to be more efficient to achieve standards. Standardization can sure reduce the risk of communication, however you can never be sure that risk is over, risk will always be there, but standardizations will reduce unforeseen risks,” Kim summed up.