

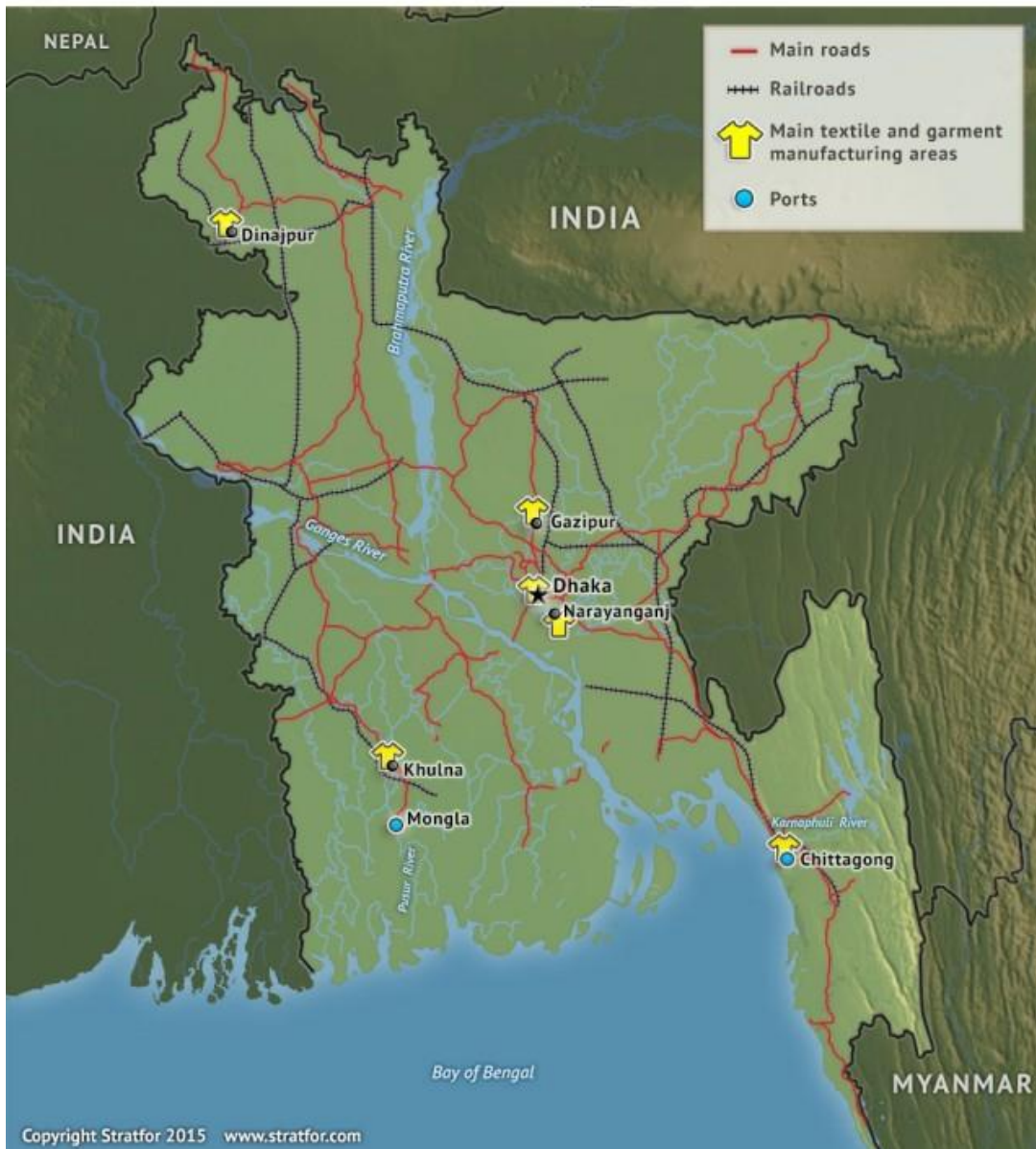
Sommaire / Summary

1. Bangladesh : textile manufacturing is a deciding factor in unrest
2. Cambodge : le Cambodge monte en puissance
3. Cambodge : mission économique d'Evalliance du 23 au 25 mai 2015
4. Cambodia rides out recession smoothly
5. China : visitor numbers up more than 50 % at Intertextile Shanghai
6. China : new China denim sandblasting claims
7. Egypt seeks to promote cotton cultivation
8. Espagne : Inditex (Zara) dépasse les 18 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2014
9. France : la franchise, un modèle salvateur pour la mode
10. France : la production française de textiles en hausse en 2014
11. France : le plan « Textiles innovants » dévoile ses premiers projets
12. France : le plus grand centre d'import de vêtements chinois d'Europe ouvre au nord de Paris
13. Ile Maurice : Ciel Textile ouvre une 5^{ème} usine en Inde et espère produire 7 millions de chemises
14. India : textile industry to miss \$45-bn export target for this fiscal
15. India : Northeast India to get ready-made garments units
16. Maroc : malgré la crise en Europe, le textile tient le coup
17. Maroc : les exportations marocaines ont nettement repris en 2014
18. Myanmar/Birmanie : le gouvernement pourrait mettre en place un salaire minimum prochainement
19. Myanmar garment companies explore European markets in Paris and Berlin
20. Myanmar takes strides to improve compliance in its textile sector
21. Pakistan : call to focus on textile export sector
22. Portugal : textile exports to China rise 10 % as companies' reputation spreads
23. Sri Lanka : bright prospects for Sri Lanka to recover EU GSP+ facility
24. Sri Lanka's apparel exports readying to cross US\$ 5 billion
25. Sri Lankan textiles & garment exports grow 9,4 % in 2014
26. Suède : H&M en croissance de 25 % pour son premier trimestre 2014-2015
27. Thailand, Vietnam look for garment co-operation
28. Tunisie : Monastir et Rhône-Alpes élargissent leurs domaines de partenariat
29. Tunisie : priorité à la santé et à la sécurité du consommateur
30. Vietnam : Delta Galil to set up \$13mn textile plant in Vietnam
31. Vietnam-Corée : accord de libre-échange paraphé
32. Vietnam : material production obstacle on garment businesses' way to TPP incentives
33. Vietnam : Vinatex to build textile and garment complex in Quang Nam

In Bangladesh, Textile Manufacturing Is a Deciding Factor in Unrest

MARCH 26, 2015 | 19:52 GMT

BANGLADESH: KEY INFRASTRUCTURE AND TEXTILE MANUFACTURING CENTERS



Widespread violence across Bangladesh will soon enter its third month, extending a stranglehold on the economy that has cost the country billions. The world's second-largest ready-made garments exporter, Bangladesh began the year courting investment to diversify its manufacturing base, currently focused on textiles, to include low-end electronics and automobile assembly. But

opposition political forces led by the Bangladesh Nationalist Party began an extended campaign of social unrest following the anniversary of [last year's disputed Jan. 5 elections](#). The unrest jeopardizes the growth the national economy and textile industry have experienced in recent years.

Since Bangladesh gained independence from Pakistan in 1971, its history has been marked by deep political divisions, frequent military coups and unrest. This instability has helped [keep the country poor](#) and wages low, giving rise to a textile manufacturing favorably positioned within the broader Indo-Pacific region. But Bangladesh is still a victim of its weak political system and deep social divisions that have resulted in violent social unrest that has gripped the country for much of the current year. Domestic estimates place the economic cost of the conflict of the past three months at nearly \$10 billion, a staggering sum given that Bangladesh's gross domestic product is \$150 billion.

The military, historically a strong political force, might not be the deciding factor in Bangladesh's current episode of unrest. During the past decade, professional organizations representing textile bosses have gained influence. Textiles and ready-made garments represent a significant portion of Bangladesh's economy, accounting for more than 60 percent of the country's industrial labor force and more than 80 percent of its annual exports by value. They are Dhaka's primary source of foreign currency revenue, helping to alleviate the country's negative trade balance.

Recent statistics from the Bangladeshi government's Export Promotion Bureau show that garment exports are still rising, with year-on-year growth of 7.8 percent in January and 6 percent in February. While industry associations have tracked a nearly 50 percent decline in short-term orders from international companies — to the benefit of competing industries in Vietnam, Cambodia and Laos — Bangladesh's textile and ready-made garment industries have shown a remarkable resilience in face of the political uncertainties of the past two years. The military is cautious about triggering a widespread backlash against a coup and agitating [rising Islamist tendencies](#). But with the economy still growing and support declining with every Bangladesh National Party call for strikes and shutdowns, there is not enough incentive for the military to get involved in a difficult and chaotic political competition it has not been able to resolve in the past 40 years. With the military repeatedly announcing that it has no plans to end the current impasse, instability in Bangladesh is not likely to be resolved soon.

31 mars 2015

Le Cambodge monte en puissance

LE Cambodge est un pays de sourcing en essor. Ce pays bénéficie par ailleurs, depuis quelques années, du plus favorable des dispositifs du «système généralisé de préférences tarifaires» (Spg), dit «*Tout sauf les armes*», accordé par l'Union européenne aux «pays les moins avancés» (Pma). Ce régime induit la suppression pure et simple de taxes et quotas pour tous les produits exportés vers l'Union européenne, excepté les armes.

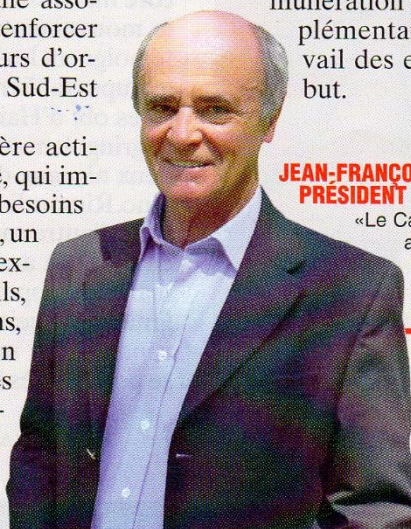
Les exportations d'habillement du Cambodge avaient déjà presque triplé l'année dernière (entre +25 et +26%). Elles devraient, en toute logique, croître encore rapidement en 2015. «*Le pays devient attractif aux yeux des grands distributeurs européens. Il est aujourd'hui le sixième fournisseur des Etats-Unis et le septième de l'Union européenne*», souligne Jean-François Limantour, notamment président d'*Evalliance*, une association qui a pour objectif de renforcer les relations entre les donneurs d'ordres européens et les pays du Sud-Est asiatique.

L'habillement est la première activité industrielle du Cambodge, qui importe la quasi-totalité de ses besoins en tissus et matières premières, un de ses points faibles. Le pays exporte principalement des pulls, des pantalons, dont des jeans, des tee-shirts et des polos. En Europe, ses principaux marchés sont le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Espagne ainsi que les Pays-Bas. La France ne représente encore qu'un petit dé-

bouché (5% des exportations d'habillement).

Le Cambodge compte 500 entreprises d'habillement, qui emploient 650.000 salariés. Des entreprises à capitaux étrangers pour l'essentiel, en grande majorité chinois, les industriels de l'empire du Milieu ayant déjà bien établi leurs bases arrière dans ce pays depuis la montée des salaires en Chine et sa sortie (très progressive) du tout-textile au profit d'autres industries. Une autre raison évidente de la montée en puissance du Cambodge est sa forte compétitivité. Le salaire plancher est actuellement de 88 € par mois.

Enfin, le pays s'est engagé dans un programme du Bureau international du travail (*Bit*), baptisé «*Better factories Cambodia*», concernant le respect des normes sociales en matière d'hygiène et de sécurité, de droit syndical, de rémunération des heures supplémentaires ou de travail des enfants. Un début. **O.M. ●**



**JEAN-FRANÇOIS LIMANTOUR,
PRÉSIDENT D'EVALLIANCE.**

«Le Cambodge devient attractif aux yeux des grands distributeurs européens.»

Demain dans vos agendas (accès libre) : Financements export, Défi climatique, Logistique, Cambodge, Forum 5i, Tunisie

Bercy Financements Export : c'est le nouvel événement concocté par Bercy à destination des professionnels des financements export dont les exportateurs, les banques et les assureurs-crédits. Il se tiendra le 17 mars 2015 à Bercy, en matinée, avec la participation des ministres de l'Économie et des Finances, **Emmanuel Macron** et **Michel Sapin**, et du secrétaire d'État chargé du Commerce extérieur, **Matthias Fekl**. Cette première édition présentera les nouveaux dispositifs du soutien financier à l'export, les enjeux majeurs et les grandes tendances des financements export, ainsi que la nouvelle politique d'assurance-crédit pour 2015. Plus d'infos sur www.tresor.economie.gouv.fr

Coopérer pour répondre au défi climatique : ce colloque international est organisé par Expertise France le 24 mars prochain à Bercy avec pour objectif de mobiliser les acteurs publics et privés autour des enjeux de la COP21, la Conférence internationale sur le changement climatique qu'accueille la France en fin d'année. Programme en ligne sur le site www.expertisefrance.fr. Contact :

colloque.expertisefrance@diplomatie.gouv.fr.

Lire aussi dans la *Lettre confidentielle* aujourd'hui : *Expertise France : les ambitions d'un nouvel outil d'influence économique*

Journée européenne de la logistique : pour la deuxième année consécutive, l'**Association française de la supply chain et de la logistique** (Aslog) organise le 16 avril en collaboration avec l'**European Logistics Association** (ELA) une journée

consacrée au secteur de la logistique, un secteur « encore méconnu du grand public », d'après l'Aslog. Un peu partout en France, mais également dans une quinzaine de pays d'Europe, des entreprises ouvriront leurs portes le 16 avril pour faire découvrir leur métier au grand public. Pour l'heure, 25 entreprises du secteur ont déjà répondu à l'appel de l'association, soit 80 événements dans 33 départements. Plus d'infos:<http://aslog.org/fr>

Cambodge : l'association **Evalliance** organise une mission d'entreprises françaises au Cambodge du 23 au 25 mai. Après la signature d'un protocole d'accord fin octobre 2014 avec la fédération textile-habillement cambodgienne **GMAC** et les autorités du Cambodge, elle initie un programme euro-cambodgien de coopération dans les domaines de la compétitivité, de la formation, de la veille économique et de la promotion des échanges commerciaux. C'est pourquoi Evalliance prépare une mission partenariale de distributeurs, d'industriels du textile et de l'habillement, de formateurs, de transporteurs, d'éditeurs de logiciels, de constructeurs de matériels européens. Contact Evalliance : contact@evalliance.eu ; et télécharger le programme ici qui comprend des rencontres BtoB et avec les pouvoirs publics, des conférences économiques, des visites d'entreprises.

Forum 5i : coorganisé par la ville de Grenoble et Grenoble-Alpes Métropole, le Forum 5i (Innovation, Industrie, Inclusion, Investissement, International) aura lieu le 28 mai au centre de congrès du WTC Grenoble autour de la thématique des **objets connectés**. Labellisé par la Commission européenne, le Forum 5i, reconnu comme l'une des principales manifestations européennes de soutien au développement et au financement d'entreprises innovantes, met en contact des porteurs de projets alpins, des investisseurs nationaux et internationaux. Plus d'infos sur www.forum5i.fr

Tunisia Invest Forum : l'agence gouvernementale tunisienne en charge de la promotion des investissements étrangers et de l'implantation des entreprises étrangères en Tunisie **FIPA-Tunisia*** organise les 11 et 12 juin prochains à Tunis la 5ème édition du Tunisia Invest Forum. Ce rendez-vous se veut une plateforme de rencontres BtoB pour renforcer la coopération entre les entreprises tunisiennes et les entreprises étrangères qui souhaitent investir en Tunisie ou découvrir les opportunités de partenariat dans l'industrie et les services. Plus d'infos sur www.tunisiainvestmentforum.tn

* *Foreign Investment Promotion Agency*

- See more at: <http://www.lemoci.com/lettreconfidentielle/demain-dans-vos-agendas-acces-libre-16/#sthash.2X8rWF3n.dpuf>



Workers transport garments to a storage building in Phnom Penh last year. Cambodian exports have grown at a faster rate than any of the Kingdom's neighbours since the global financial crisis in 2008. [Pha Lina](#)

Cambodia rides out recession smoothly

Mon, 16 March 2015

[Ananth Baliga](#)

Cambodia was the only country in the Greater Mekong subregion to have increased its rate of exports following the 2008 global financial crisis, thanks largely to garments accounting for the majority of its manufacturing exports, a new report has found.

The Greater Mekong 5 – Cambodia, Laos, Vietnam, Myanmar and Thailand – have all increased exports over the past two decades, reaching a combined total of \$383 billion. But in the five years following the financial crisis, all of the Mekong 5, other than Cambodia, have seen a deceleration in their export growth rate, according to the ANZ's Greater Mekong Quarterly Outlook.

“The two key points from the report pertaining to Cambodia are firstly, that Cambodia is the only Mekong economy that has grown exports at a faster pace post-GFC than pre-GFC; and secondly that the composition of trade is beginning to diversify away from garment and textile,” said Grant Knuckey, CEO of ANZ Royal.

According to the report, Cambodian exports had a compounded annual growth rate of 15.5 per cent prior to 2007-2008 and rose to 16.2 per cent in the five years following the economic crisis.

Despite the slow rate of growth, exports in the region are still driven by the strength of Thailand's shipments, followed by Vietnam. While comparative rankings remained the same, Thailand saw its share of Mekong 5 exports drop from 76 per cent in 2003 to 60 per cent in 2013. During the same period, Vietnam leapfrogged from a 19 per cent share of regional shipments to 34 per cent.

Cambodia's heavy reliance on clothing and apparel exports helped because these are products normally purchased using disposable income and didn't see much dip in demand from importing countries after the financial crisis and hence didn't see as much of a collapse as electronics did.

Mey Kalyan, senior adviser to the Supreme National Economic Council, agreed with this assessment saying Cambodian exports were not "luxury" items and people overseas continued to consume these products despite the downturn.

"It is what is used. It is not in good shape but people will continue to consume these products because it is not a luxury item," Kalyan said.

He added that value-added manufacturing in bags, leather goods and auto parts would further help Cambodia diversify from labour- and resource-heavy sectors, like garments. The government recently released the Industrial Development Policy 2015-2025, which would give a greater push to increasing variety in Cambodia's exports, Kalyan said.

"It is like driving a car. You have to change gears from one to two to three, based on your objectives. It is time to change gears," said Kalyan.

Cambodian clothing and textile products accounted for more than 94 per cent of exports in 2004. But in 2014, close to three quarters of Cambodia's \$7.4 billion exports was from garments and apparel, where as "other" high value-added manufacturing had risen to 19.5 per cent, from 1 per cent in 2004. The report did not detail what these other exports were, with rice, shoes, timber and fishing rounding up the Kingdom's exports.

"This suggests that exports are slowly moving away from traditional shipments of low value-added production. If Cambodia continues to follow this path, its strong trade out performance of recent years looks set to continue," the report reads.

Srey Chanthly, an independent economist, said that while the process of enlarging Cambodia's export basket was slow, more needed to be done to reduce dependence on labour-intensive manufacturing.

"Not in the short term, but in the medium term that can happen," Chanthly said.

"But the government has to put in place resources, especially human resource development and training, for the youth and young workers in the country."

Visitor numbers up more than 50% at Intertextile Shanghai

March 27, 2015 (China)

As against 40,214 buyers and 1,469 exhibitors at the 2014 Spring Edition, Intertextile Shanghai Apparel Fabrics – Spring Edition 2015 concluded last week with huge increases in both exhibitor and visitor figures.

More than 62,000 trade visitors from 88 countries and regions, including China as well as 2,637 exhibitors from 24 countries and regions were seen in 2015 Spring edition.

“The extra space in the new fairground allowed the exhibition area to roughly double compared to the 2014 edition to 100,600 square metres,” the organiser, Messe Frankfurt said in a press release. Wendy Wen, senior general manager at Messe Frankfurt (HK) Ltd said, “Our main reason for moving to this new fairground was to allow easier access to the fair for domestic trade buyers from around the country.”

“The significant increase in the visitor figure confirms this was the case and that the relocation was the right decision to make,” she added.

Many exhibitors reported that the large increase in buyers also translated into many more enquiries at their booths, while being also pleased with the quality of buyers.

“We met hundreds of new customers from Europe, the US, Japan and of course China,” Yagi Ryota, assistant manager of Sunwell (Shanghai) Co Ltd from Japan said.

He too added, “The number of buyers coming to our booth has doubled compared to even the autumn fair last year as we have had 200 to 250 customers visit us each day.”

“I think the combination of the concurrent fairs attracts more quality customers and I think the buyers that come here are looking for quality products,” Christina Kreuzwieser, Lenzing’s head of marketing communication said.

Messe Frankfurt and Milano Unica confirmed at the fair an extension to the existing agreement regarding the Milano Unica Pavilion at the Intertextile Shanghai Apparel Fabrics Spring and Autumn Editions.

This agreement has been in place since 2012, covering seven fairs to date, and will be extended by another two years and four editions, up to and including Intertextile Shanghai Apparel Fabrics – Spring Edition 2017.

Wendy Wen informed, “We are pleased that our cooperation with Milano Unica will continue, and feel it is further proof that this fair is seen as the best platform to access the high-end apparel fabrics and accessories industry in Asia.

“The extension of this agreement shows our commitment to attract more premium suppliers from around the world to the fair, as we are also doing with the Premium Wool Zone, Verve for Design and other features,” she observed.

ECOTEXTILE

NEWS

LATEST

RETAIL

STANDARDS

MATERIALS

DYES & CHEMICALS

Published on Tuesday, 17 March 2015

New China denim sandblasting claims



XINTANG - Chinese garment factories are continuing to use the potentially harmful sandblasting method for ‘ageing’ denim jeans, and are reportedly supplying major high street fashion brands and retailers, according to an investigation from Al Jazeera. The 101 East programme ‘Denim Blues’, recently aired on Al Jazeera, showcased factories at Xintang, in China’s Guangdong province, where an estimated 260 million pairs of jeans are produced each year. The investigative team reportedly found jeans with Hollister, American Eagle Outfitters and Abercrombie and Fitch labels.

Photographs obtained by *Al Jazeera* are said to show chemicals stored in open containers in a crowded room, whilst workers, with little or no protective gear, spray potassium permanganate onto jeans.

According to a statement from American Eagle Outfitters: “In early 2011, American Eagle Outfitters, Inc. decided to join other leading companies in our industry to eliminate sandblasting from our denim manufacturing process... Unfortunately, despite extensive oversight by many

companies - including American Eagle Outfitters, Inc. - to ensure that all workers have access to and use proper equipment, we have been unable to ensure compliance in all cases. Until we believe that proper controls can be put in place to ensure that sandblasting is done safely, we are no longer developing new denim styles with sandblasting.”

The sandblasting process involves fine sand being channelled into an air gun, which is then sprayed at a high pressure onto denim, in order to make the fabric look worn. Health effects can result from exposure to silica, a component found in sand.

As reported by Ecotextile News, in mid-2013 the Clean Clothes Campaign released *Breathless for Blue Jeans: Health hazards in China's denim factories*, a report which claimed that sandblasting machinery was hidden from safety auditors in some factories that were linked to brands including as Levis Strauss and H&M, which have previously announced supply chain bans on the controversial technique.



Egypt seeks to promote cotton cultivation

2015-03-16 By Waleed Abu al-Khair in Cairo



Egyptian authorities are working to boost local cotton cultivation, bringing this core agricultural sector back to life after several years of decline.

The Ministry of Agriculture set an April 30th deadline for planting cotton and is conducting laboratory tests to determine seed quality. In addition, the ministry will identify certain cotton varieties for cultivation across various governorates.

"The ministry is serious in its efforts to implement its plan this year to support the cultivation of cotton and to bring this sector back to life across different provinces after several years of neglect," said Abdul Kareem al-Masry of the ministry's Central Administration for Seed Production (CASP).

The biggest problems in the cotton sector are low prices and the chaos of harvesting, storage and subsequent transport to factories for manufacturing, he said, adding that a unified planting season should improve the situation.

EXPECTED CROP YIELDS

Cultivated area should reach 300,000 acres this year, al-Masry said, with crop yields expected to reach two million kantars, at a price of 1,250 to 1,400 Egyptian pounds (\$164 to \$184) each, depending on quality.

"This price is subject to increase according to international cotton prices, but will not go down as has previously been the case," he told Al-Shorfa.

Fifty acres of land are being cultivated solely for seed production in preparation for the upcoming season, al-Masry added.

In the year 2000, Egypt cultivated 518,000 acres of cotton, but the number fell to 325,000 by 2010 and 217,000 by 2014, he said.

The decline in cotton production was due to "markets flooded with the cheaper imported version, which has been able to compete with local production", said agricultural engineer and ministry research advisor Fakhry Attallah.

Tax and non-tax restrictions will be imposed on certain types of textile imports, he said, giving Egyptian cotton a better chance on the domestic market. Support also will be provided for textile factories so they can continue operating.

Price and quantity regulation before the start of planting should "exponentially increase cultivated land in the next couple of years", Attallah said.

Local factories would then go back to using Egyptian cotton and textiles instead of relying on exports, he added, which would "make Egypt competitive at the global level in cotton production".

JOINT EFFORTS TO REVIVE THE CROP

According to Attallah, cotton cultivation is not the sole responsibility of the Ministry of Agriculture. The Ministry of Education also should direct efforts towards capacity building, he said, with schools offering training to students and encouraging them to take an interest in the cotton industry.

"Students can do practical courses at cotton plantations in several Egyptian provinces, which would help train a young generation interested in cultivating this crop," he said.

The new system of cotton cultivation "is largely in the interest of the farmer", said Saeed al-Murshidi, crop consultant at the East Delta Agricultural Company and member of the Farmers and Agricultural Producers Syndicate.

This year, he told Al-Shorfa, CASP will conduct the necessary lab tests in co-operation with the agriculture ministry to ensure healthy and high quality seeds before planting.

The ministry also is using 10 varieties of cotton across 19 provinces, he added, while banning others labeled commercially unviable.

"This distribution will guarantee sales for farmers, as well as encourage pre-cultivation agreements with factories before the start of the [planting] season," al-Murshidi said, "which will encourage cotton cultivation once again and push prices up."

Inditex (Zara) dépasse les 18 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2014

Inditex, groupe espagnol comprenant notamment l'enseigne Zara, publie de bons résultats pour 2014, avec un chiffre d'affaires en hausse de 8,3% à 18,1 milliards d'euros.

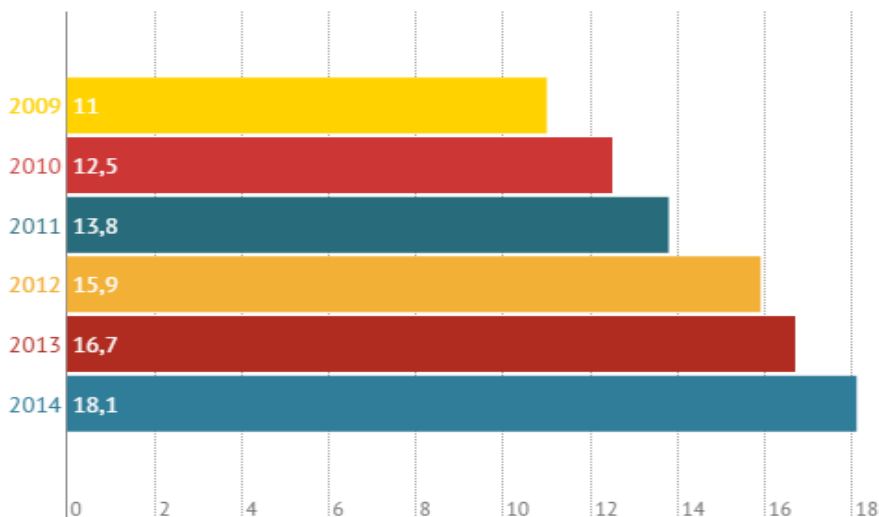
Le petit coup de mou de 2013 – très relatif cela dit : +5% - n'aura été que de courte durée. Le groupe espagnol Inditex a en effet vu ses ventes progresser à un rythme, bien plus habituel pour lui, de 8,3% en 2014, pour atteindre 18,1 milliards d'euros. Même retour en grâce pour le bénéfice net : après un petit +1% en 2013, le voilà en effet revenu à des niveaux plus « normaux » (guillemets de rigueur) de +5% en 2014, à 2,5 milliards d'euros.

88 PAYS

L'ensemble a évidemment été tiré par la politique d'expansion chère au groupe. Inditex a ainsi ouvert 343 magasins en 2014. Il en compte aujourd'hui 6.683, répartis dans 88 pays, employant 137.000 personnes.

Inditex, avec ses huit marques, Zara, Pull & Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home et Uterqüe, réalise 65% de ses ventes en Europe (11,7 milliards d'euros), dont 19% rien qu'en Espagne (3,4 milliards d'euros). Les deux-tiers du chiffre d'affaires sont encore faits grâce à la seule enseigne Zara. Bershka vient ensuite (9 à 10% du total), puis Massimo Dutti, Pull & Bear et Stradivarius (7 à 8% chacune, environ).

Evolution du chiffre d'affaires du groupe Inditex, entre 2009 et 2014, en milliards d'euros.



La franchise, un modèle salvateur pour la mode

Publié le 19 mars 2015 par LA RÉDACTION

En difficultés chroniques depuis sept ans maintenant, la mode est, de plus, un marché très éclaté, avec un leader, Kiabi, qui pèse royalement 10 % des ventes. Dans ce contexte, le détaillant indépendant apparaît bien fragile. D'où le développement de la franchise.

C'est bien simple : le marché de la mode est tellement éclaté que personne ne sait avec exactitude le nombre d'enseignes œuvrant dans le secteur en France. Plus de 120, assurément. Et encore, avec beaucoup qui, trop petites, passent sous les radars... Pour preuve de ce joyeux ballet de couleurs, [Kiabi](#), le leader de la catégorie, culmine royalement à 10 % de part de marché. Ajoutez à cela sept ans de crise, marqués par autant de recul des ventes, et comprenez, alors, qu'il ne fasse pas grand beau à rester seul, en indépendant sans enseigne. D'où la multiplication des exploitations de boutiques sous forme de franchise, commission-affiliation ou licence de marque.

L'intérêt est bien connu. Il saute même aux yeux, et on a presque honte de le rabâcher encore : être franchisé, c'est bénéficier d'une notoriété clés en main, de la force d'une enseigne, de son savoir-faire aux achats, de son offre et, en dernier lieu, mais pas des moindres, de sa communication et de son image. Tout cela ayant évidemment un coût : en contrepartie, le franchisé doit verser une redevance ou une commission, le plus souvent en pourcentage du chiffre d'affaires.

UNE LIBERTÉ LOURDE À SUPPORTER

À l'inverse, exercer en totale autonomie suppose de devoir tout construire par soi-même, et de maîtriser toutes les arcanes du métier, depuis l'amont – les achats – jusqu'à l'aval – le marketing et le merchandising. Une sacrée gageure à l'heure du multicanal triomphant : comment se battre, en effet, à armes égales avec les « gros » et leur force de frappe sans commune mesure ? C'est là le prix de la liberté. Un prix de plus en plus lourd à supporter.

D'où, puisque chacun des modèles a ses avantages et ses inconvénients, une question, cruciale, qui brûle le papier : se ranger sous la bannière d'un réseau, est-ce une bonne ou une mauvaise chose ? Cela tombe bien, le cabinet [Xerfi](#) vient de se pencher sur cette problématique à travers son étude « La franchise, une forme de commerce en vogue dans la mode », parue au tout début 2015.

Premier élément de réponse : « La franchise dans le secteur de la mode permet aux exploitants d'atteindre un niveau de ventes plus élevé », relève Gabriel Giraud, l'auteur de l'étude pour Xerfi. On apprend ainsi que le chiffre d'affaires moyen de l'ensemble des sociétés franchisées du marché de la mode, étudiées par le cabinet Xerfi, s'est établi, pour la période de 2010 à 2013, à près de 1 million d'euros annuellement, contre « seulement » un peu plus de 600 000 € pour les indépendants sans enseigne.

Seul problème : c'est là, en réalité, soulever plus de questions qu'apporter réellement de réponses. Car, c'est bien connu, un chiffre d'affaires n'a jamais fait un résultat. Or, avance Gabriel Giraud, « le taux de marge commerciale des sociétés franchisées est, en moyenne, plus faible que celui des distributeurs indépendants sans enseigne ».

STRATÉGIES DE POSITIONNEMENT

Sueurs froides chez les franchiseurs et les franchisés... Calmons vite tout cela : cette différence est essentiellement due au fait que, par nature, les positionnements des uns et des autres diffèrent largement. Les indépendants sans enseigne doivent compenser leur « solitude », qui ne leur permet guère d'être compétitifs sur les prix, en occupant un créneau plus axé sur le milieu, voire le haut de gamme. « Des segments caractérisés par des taux de marge plus élevés, pointe Gabriel Giraud. Au final, les performances d'exploitation des deux catégories d'opérateurs sont à peu près similaires, et la franchise n'apporte donc pas aux distributeurs d'articles de mode une rentabilité supérieure à celle des commerçants indépendants sans enseigne. »

Sauf que, évidemment, une fois qu'on a dit cela, encore faut-il vite nuancer en ayant en tête qu'on raisonne là en pourcentage : « En euros sonnants et trébuchants, et puisque leur chiffre d'affaires est supérieur, les franchisés dégagent quand même davantage de résultat », insiste Gabriel Giraud.

Et puis, autre avantage, la franchise apporte également une « tranquillité » d'esprit – guillemets de rigueur – qui peut s'avérer salvatrice en période de crise. C'est ainsi que l'on voit se développer de plus en plus le modèle de la commission-affiliation, comme le pointe l'étude de Xerfi. Avec un tel système, on n'a, en effet, plus à s'arracher les cheveux avec la gestion des stocks. Or, dans un marché dominé par la fast-fashion et son renouvellement ultrarapide des collections, pouvoir s'affranchir de cette question enlève un gros poids, c'est l'évidence. « La commission-affiliation est devenue largement majoritaire parmi les enseignes de mode se lançant dans la franchise, relève Gabriel Giraud. La gestion des stocks, historiquement, a toujours été complexe sur ce marché, mais cela l'est devenu encore davantage avec la fast-fashion. »

L'EXEMPLE DE BEUMANOIR

On retrouve ainsi ce modèle utilisé notamment chez Beaumanoir, qui exploite entre autres les enseignes Cache Cache, Bonobo, Morgan et Bréal : « Nous disposons de 1 200 magasins en France, une moitié en succursales et l'autre en franchises, détaille Jean-Louis Mochamps, directeur affiliation et développement du groupe Beaumanoir. Ces 600 magasins franchisés sont tenus par 200 partenaires. Parmi eux, on voit déjà poindre la deuxième génération, celle des enfants des historiques, présents avec nous depuis la décennie 1995-2005. »

Tous ensembles, ils poursuivent la mutation engagée par le groupe : « En 2014, nous avons ouvert 75 magasins, mais avec une stratégie qui n'était pas tant de conquérir de nouveaux territoires, mais, essentiellement, de procéder à des transferts de boutiques, précise Jean-Louis Mochamps. Il en sera à peu près de même en 2015, avec, donc, de faibles besoins en recrutement : peut-être seulement trois à cinq nouveaux partenaires, guère plus. » À cela, en plus de cette explication ayant trait à la stratégie, celle du maillage territorial, déjà évidemment bien dense, avec 1 200 boutiques. « Nos cibles prioritaires sont maintenant dans les grandes villes, avec, dans ces cas-là, des équations immobilières souvent complexes, peu favorables à la franchise. »

Pour autant, ailleurs que dans ces centres urbains aux problématiques si particulières, c'est bien la franchise qui a le vent en poupe. « Dans un marché qui devient mature et se professionnalise dans chacune de ses spécificités, aussi bien pour l'immobilier, les achats, le merchandising, le concept ou la politique commerciale, rester seul devient très difficile à tenir », analyse Jean-Louis Mochamps. Dans ce contexte, s'adosser à un grand groupe est souvent salvateur. ???

Jean-Noël Caussil

.../....

Giraud

« Les contrats de type commission-affiliation permettent de s'affranchir de la gestion des stocks. Il s'agit d'un avantage stratégique dans un secteur où la durée de vie des modèles est de plus en plus courte. Cela permet de ne plus avoir le risque de se retrouver en fin d'année avec un stock important d'invendus à brader, puisque, dans ce type de contrat, c'est la tête de réseau qui reste propriétaire des stocks qu'elle met à disposition de l'affilié. »

la problématique

? Dans un marché de la mode très éclaté, avec plus de 120 enseignes recensées, et, « a fortiori », après avoir traversé sept années de crise, avancer seul, sans l'aide et le soutien d'un réseau, apparaît de plus en plus difficile.

? Le régime de la commission-affiliation, dans ce contexte, est particulièrement prisé : pour cause, il permet de s'affranchir de la gestion des stocks, difficulté principale dans le secteur de la mode.

les chiffres

1 M €

Le CA moyen des franchisés dans la mode (600 000 € pour les indépendants)

3,5 %

Le taux de résultat d'exploitation moyen des franchisés (3,1 % pour les indépendants)

Source : Xerfi

359 Le nombre de réseaux dédiés à l'équipement de la personne, soit 7 572 magasins franchisés, pour un CA total de 4,37 Mrds €

Source : FFF

La production française de textiles à la hausse en 2014

Par Patrick Déniel - Publié le 19 mars 2015, à 10h26



La production française de textile est en hausse de 1 % en 2014, alors que les exportations progressent de 4 %.

"Cela fait un moment que les indicateurs n'étaient pas aussi bien orientés !", reconnaît-on à l'Union des industriels du textile (UIT) qui organisait le mercredi 18 mars un colloque sur le thème "Textiles, cap sur le futur".

La production française a affiché une hausse de 1%, notamment grâce aux bonnes performances des secteurs du tissage (+3%) et de l'ennoblissement (+3 %). La préparation de fibres textiles et la filature (-12 %) et la

fabrication de fibres artificielles et techniques (-2 %) marquent le pas.

LE TEXTILE TECHNIQUE, UNE SPÉCIALITÉ FRANÇAISE

Le chiffre d'affaires du secteur affiche une belle progression de 3 % à 12,8 milliards dans un contexte d'atonie de la consommation. L'export (+4% à 8,4 milliards d'euros), notamment vers la Chine (+33 %) qui devient le troisième client de la France, a tiré la croissance du secteur. Yves Dubief, PDG de Tenthorey et président de l'UIT, a également souligné le dynamisme des textiles techniques, qui représentent désormais 40 % de la production française, contre 25 % il y a quelques années.

Si la consommation devrait rester faible, que le secteur devrait rester pénalisé par la situation en Russie et en Ukraine, et que le coût de l'énergie reste une préoccupation, les industriels devraient bénéficier dans les prochains mois de la baisse de l'euro, de négociations transatlantiques prometteuses pour leur secteur, et d'une baisse des prix des matières premières, notamment en lien avec la chute des cours du pétrole.

Patrick Déniel

Le plan "Textiles innovants" dévoile ses premiers projets

Par [Patrick Déniel](#) - Publié le 18 mars 2015, à 17h14



L'Union des industriels du textile présentait ce mercredi 18 mars deux projets dans le cadre du plan "Textiles innovants". Un troisième autour des fibres biosourcées devrait suivre dans les prochaines semaines. Le plan "Textiles innovants" commence à dévoiler ses premiers projets. Sans surprise, ils sont en ligne avec les priorités annoncées : le développement de fibres biosourcées et recyclables ; le numérique ; l'usine textile du futur. Ainsi, les deux premiers projets présentés ce mercredi 18 mars lors du colloque "textiles,

cap sur le futur" organisé par l'Union des industriels du textile (UIT), font la part belle au numérique. Le premier projet d'environ 3 millions d'euros associera le fabricant de vêtements de travail et d'image Mulliez-Flory (60 millions d'euros de chiffre d'affaires) au [CETI \(Centre européen des textiles innovant\)](#) et à [Arkema](#) autour du développement de textiles connectés, notamment pour le secteur des vêtements professionnels. *"Il y a des développements possibles dans le domaine de la santé, du sport... Il y a beaucoup de choses à faire, il faut se précipiter !"*, justifie un représentant de la PME, qui vise à devenir un des leaders du domaine.

Le fabricant imagine des développements de vêtements lumineux connectés permettant de mieux repérer des personnes, mais aussi des vêtements capables de refléter l'état de stress sur des chantiers, ou alors de surveiller l'état de veille, etc. Arkema, leader du marché des PVDF (fluorure de polyvinylidène ou difluorure de polyvinylidène), un polymère piézoélectrique qui devrait permettre à terme au vêtement connecté d'être indépendant énergétiquement. *"Il faut également que ces vêtements tiennent à l'entretien selon les normes du secteur industriel, c'est-à-dire une moyenne de 50 lavages"*, indique-t-on chez Mulliez-Flory. Les propriétés numériques des vêtements doivent donc être incorporées au cœur de la fibre et non pas dans une couche superficielle du vêtement. Les premiers produits pourraient être commercialisés d'ici trois ou quatre ans.

FACILITER LE PROTOTYPAGE

Un deuxième projet, toujours piloté par le CETI, associera le groupe Lectra (211 millions d'euros de chiffre d'affaires), numéro un mondial des logiciels et équipements de CFAO pour le secteur des textiles comme l'habillement mais aussi les secteurs de l'automobile, de l'aéronautique et de l'ameublement, et l'enseigne L'Herbe Rouge. Il est axé sur l'ingénierie et le bureau d'étude du futur. L'idée est de développer des outils de prototypage virtuels afin d'aller plus vite en conception des nouveaux modèles. Deux enseignes de distribution sont parties prenantes du projet. *"Il faut aller vite dans ce projet"*, indique-t-on au CETI. *"Nous imaginons les premiers résultats d'ici dix-huit mois"*. Un projet autour des fibres biosourcées devrait également être annoncé prochainement. Un appel à projet de 20 millions d'euros dédié aux "nouveaux usages et nouveaux procédés du textile" a été lancé fin février et sera clôturé en juin pour financer ces projets. *"Nous devrions avoir une oreille attentive de la part du Commissariat général aux Investissements, de la [BPI](#) et du cabinet d'Emmanuel Macron si nous dépassons un peu le budget initial et le délai du mois de juin. Nous avons également obtenu une dérogation pour ramener à 1,5 millions d'euros le financement via les [PIAVE \(projets industriels d'avenir\)](#) des projets, contre les 3 millions prévus initialement"*, se

félicite Yves Dubief, PDG de Tenthorey et président de l'UIT (Union des industriels du textile) et chef de projet du plan. *"Une dynamique nourrie s'est nouée autour du chef de projet qui s'est beaucoup déplacé en France"*, expliquait-on en effet la semaine dernière au cabinet d'Emmanuel Macron.

DES SYNERGIES AVEC LES AUTRES PLANS

6 à 8 projets devraient être sélectionnés dans les prochaines semaines. Le plan textile devrait faire partie des regroupements envisagés par Emmanuel Macron. *"Nous ne sommes pas demandeurs du regroupement des plans, commente Yves Dubief, mais il y a déjà des connexions avec les plans Usine du futur, objets connectés, mobilité (avion, train et voiture) ou encore les plans sur la santé"*. L'important pour les industriels du textile était surtout de voir débloqués les fonds via l'appel à projets : c'est chose faite depuis quelques semaines.

Patrick Déniel

Le plus grand centre d'import de vêtements chinois d'Europe ouvre au nord de Paris

Le 31 mars à 16h38 | Mis à jour il y a 3 heures



PHOTO/AFP Patrick Kovarik

Le plus grand centre commercial pour importateurs de vêtements et de textile a été inauguré ce mardi à Aubervilliers (Seine-Saint-Denis). Il est destiné à "rationaliser" l'installation des grossistes, le plus souvent chinois.

Un méga-centre commercial pour importateurs de vêtements et de textile, présenté comme le plus grand d'Europe, a été inauguré mardi à Aubervilliers (Seine-Saint-Denis), confirmant le rôle de QG du commerce chinois en France tenu par cette banlieue nord de Paris.

Fashion Center, un centre commercial sur trois étages bâti à 150 mètres du périphérique parisien regroupe, sur 55.000 m², 310 boutiques de grossistes de prêt-à-porter, chaussures et maroquinerie, fréquentées par des professionnels: acheteurs de grandes marques comme soldeurs ou détaillants indépendants venus de toute l'Europe.

Ce centre commercial aux vitrines immaculées, siglées Charm's, Garçonne ou Chic Paris, est le plus gros de ce type en Europe, devant un autre du même type, installé à Düsseldorf dans l'ouest de l'Allemagne. Son ouverture doit permettre selon ses promoteurs de "rationaliser" l'installation des grossistes, le plus souvent chinois. Jusqu'ici, leurs boutiques s'amassent anarchiquement dans certains quartiers de Paris (Sentier, XI^e arrondissement) et en banlieue, générant nuisances et embouteillages.

L'organisation des grossistes dans ce centre, dont les acheteurs pourront parcourir les étages avant de charger leurs véhicules au sous-sol, témoigne de la montée en puissance d'une "nouvelle génération de commerçants" d'origine chinoise, a précisé Victor Hu, l'un des principaux actionnaires de la société qui l'exploite. Ils sont "le plus souvent de langue et de

nationalité française", ayant *"fait leurs études en France"*, et vont créer, directement ou indirectement environ 2.000 emplois, ajoute cet homme d'affaires de 47 ans, qui a fait 5 ans de légion étrangère à son arrivée en France.

"On a tracé un petit chemin, et la nouvelle génération construit une autoroute" dans les affaires en France, a ajouté Hsueh Sheng Wang, connu dans le milieu des affaires pour avoir racheté une partie des terrains du port du Havre pour en faire un centre d'import-export, et qui a également des intérêts dans Fashion Center.

Les commerçants d'origine chinoise aux manettes du projet sont eux-mêmes *"de véritables exemples d'intégration"* en France, a souligné le secrétaire d'État aux relations avec le Parlement, Jean-Marie Le Guen, qui assistait à l'inauguration. Leur projet *"concrétise l'incroyable essor économique"* chinois à Aubervilliers, au point de faire de la ville la principale plate-forme d'import-export entre la France et la Chine, a-t-il relevé. Aubervilliers connaît un certain essor économique avec l'installation de grandes entreprises et administrations, compte environ 1.200 commerçants d'origine chinois, la plupart des importateurs de textile, selon la mairie.

OUVERTURE D'UNE CINQUIÈME USINE EN INDE: CIEL Textile espère produire 7 millions de chemises par an

La filiale indienne d'Aquarelle du groupe CIEL compte investir dans une nouvelle usine près de Bangalore, dans le Sud de l'Inde. Elle s'y consacre, depuis une dizaine d'années, à confectionner des chemises pour l'exportation.

À compter de 2017, elle espère pouvoir mettre sur le marché 7 millions de chemises annuellement. Sa prochaine unité de production est située à 100 kilomètres de Bangalore, dans les parages de Laguna Clothing Factory, entreprise qui compte près de 2 500 employés et qui confectionne plusieurs millions de chemises.

CIEL Textile gère déjà quatre usines dans cette région indienne. Elle attend les derniers accords pour lancer son projet qui a déjà pris un an de retard. Elle projette de recruter 2 500 travailleurs pour la nouvelle unité de 850 machines à coudre. Elle se positionne dans le segment supérieur du marché avec des clients de grande renommée tels que Diesel, Calvin Klein, Esprit, Ben Sherman, entre autres. Si pour l'instant, la production de la filiale indienne tourne autour de 3,5 millions de chemises, elle s'attend à en produire le double d'ici deux ans. En Inde, les opérations du groupe mauricien ont débuté en 2005 avec une production de 500 chemises.

Aujourd'hui, il en fabrique 15 000 par jour. Les chemises « indiennes » de CIEL sont principalement exportées vers l'Europe, les États-Unis et les pays du Golfe. À Maurice, CIEL Textile produit environ 2,5 millions de chemises chaque année et les vend principalement aux États-Unis avec des clients tels que J. Crew, Dillard's, Eddie Bauer, Joseph Abboud, Men's Wearhouse, parmi d'autres.

Par ailleurs, les employés de diverses filiales du groupe ont fait récemment connaissance avec leurs collègues à travers des présentations dont le niveau s'est amélioré comparé aux dernières années. Avant les explosions de joie, les employés de toutes les nationalités ont eu droit à des discours d'Harold Mayer, CEO de CIEL Textile, d'Arnaud Dalais, le président du groupe, et du ministre du Commerce et de l'Industrie, Ashit Gungah.

L'ambiance était à la fête à la cérémonie des trophées dont c'était la huitième édition. Des employés modèles de CIEL Textile Chairman's Manufacturing Excellence Award 2015 ont été récompensés

Textile industry to miss \$45-bn export target for this fiscal

By: [Banikinkar Pattanayak](#) | New Delhi | March 24, 2015 10:41 pm

India's overall textile and garment exports will likely rise by around 4-5% this fiscal and fall short of the official target of \$45 billion, thanks to a massive slowdown in Chinese demand for cotton and yarn, trade and industry sources said on Tuesday.

The overall textile and garment exports, which also include those of jute, coir and handicrafts, are expected to reach \$41 billion in 2014-15, compared with \$39.3 billion a year before, mainly on higher shipments of garments, said the executives.

However, the official target would be missed, as China, which usually accounts for over 70% of India's cotton and 40% of yarn supplies, has cut down on its purchases. Consequently, exports of raw cotton, including waste, and cotton yarn in the April-December period dropped 36% and 12%, respectively, from a year before. Exports of textile products rose only 2.2% between April and December from a year earlier.

Despite the recognition of the textile sector's role in the 'Make in India' concept as well as in jobs creation, with the Ajay Shankar-led panel envisaging annual outbound shipments worth \$300 billion by 2024-25, a lack of adequate focus and proper planning in boosting exports have also taken a toll, they added. Importantly, the government is yet to come up with the textile vision document, which was to be based on the recommendations of the Ajay Shankar panel, even eight months after the report was first submitted to the textile ministry.

NOT QUITE A GROWTH WEAVER

(Figures in \$ million)

Export items	Apr-Dec FY14	Apr-Dec FY15	Growth (%)
Fibres	2,548.55	1,766.43	-30.7
Other textile items	11,576.49	11,834.31	2.2
Garments	10,454.90	12,123.08	16
Textile & garments	24,579.95	25,723.82	4.7

Note: The data don't include handicraft, jute and coir exports, which were part of the overall textile and garment export target of \$45 billion set by the government for 2014-15, assuming a growth rate of 15% across segments

Source: DGCIS

According to the provisional data, textile and garment exports, excluding jute, coir and handicrafts, touched \$25.72 billion during the April-December period, up 4.7% from a year before. Handicraft exports had hit \$3.9 billion in the last fiscal, recording growth of 18% year-on-year, but industry executives said the growth would be as much as 5-7% in the outward supplies of these items in the current fiscal. The jute and coir exports, although not so significant in the overall basket, are expected to grow in the 10-15% range

“Speculations are rife that the Chinese government has stipulated that on the purchase of every bale of cotton from overseas, a mill there has to buy four bales from domestic sources, which has dragged down imports. It has also been offloading cotton from its reserves. Moreover, the Chinese economy is also going through a slowdown, affecting demand,” said DK Nair, secretary general of the Confederation of Indian Textile Industry.

According to Virender Uppal, chairman of the Apparel Export Promotion Council, garment exports grew 13.4% during the April-February period to \$15.26 billion from a year earlier. This means the export growth slowed since January after recording a 16% rise until December this fiscal.

Subdued textile export demand has reflected in the industrial production data as well. According to the index of industrial production data, the textile segment grew just 2.1% from April to January this year from a year before.



Wednesday, March 25, 2015 2:32:12 PM (IST)

Northeast India to get ready-made garment units

By Sujit Chakraborty

Agartala, March 25 (IANS): The Indian government plans to set up ready-made garment manufacturing units in each of the eight northeastern states which, among other things, would boost local employment, particularly for women.

This is being done to boost the textile industry in and export of ready-made garments from the region, officials here said. "The textile ministry has decided to provide Rs.18 crore for each ready-made garment manufacturing unit called 'Apparel and Garment Unit' (AGU) in the northeast," a senior official of Tripura's handloom and handicrafts department told IANS. He said the government-run National Building Constructions Corp would set up the units in Assam, Arunachal Pradesh, Manipur, Meghalaya, Nagaland, Mizoram, Sikkim and Tripura.

The foundation stones in Nagaland and Manipur were laid recently. Union Minister of State for Textiles Santosh Kumar Gangwar will do that in Tripura on April 6 at Bodhjungnagar, 25 km from here. The official said around 300 women would be engaged in manufacturing garments in each unit. "The garments would be exported to neighbouring countries. All the units would be run by small entrepreneurs," the official added.

India's northeastern states border China, Myanmar, Bhutan, Bangladesh and Nepal. Some of the states have trade ties with some of these countries, especially Bangladesh and Myanmar.

The textile ministry and state governments would observe the functioning of these units but would not play any role in their day-to-day work. A textile ministry representative would be associated with the selection of the entrepreneur and the unit's management. "If these units are successful, similar units will come up in select districts later," the official added.

At the instance of Prime Minister Narendra Modi, the textile ministry earlier asked the northeastern states to provide 1.5 acres of land each, preferably near their capital, to set up the garment units. "It will be a new beginning for the organised textiles sector in northeast India," central Textiles Secretary S.K. Panda had earlier said. "Once the scheme is implemented, several thousands, mostly women, are likely to get employed," said Panda, who was chief secretary of Tripura until July last year.

The units are expected to meet the demand for garments from police and paramilitary forces in every state besides government officials as well as school uniforms.

India's share in the global apparel and garment market is now just 3.7 percent as against Bangladesh's 6.1 percent and Vietnam's 4.3 percent, indicating that New Delhi has the potential to step up output.

Malgré la crise en Europe, le textile tient le coup

10 MARS 2015 9 H 12 MIN 0 COMMENTAIRES



Selon la dernière lettre économique d'Evalliance, les exportations marocaines de textile-habillement vers l'Europe ont bondi en 2014 après une année 2013 morose. Le royaume a réalisé en effet une valeur de 24,6 milliards de DH soit une hausse de 9,7% par rapport à 2013. Le Maroc est le second fournisseur méditerranéen en importance de l'Union Européenne (UE). Les parts de marchés détenues par le Maroc sont restées à leur niveau (3,1%) loin derrière la Turquie (12,6%) qui représente le principal concurrent sur ce secteur. Dans un contexte de crise et de resserrement des budgets des ménages dans les pays de l'Union européenne qui sont les principaux clients du Maroc, le secteur s'en tire donc à bon compte... pour le moment

Habillement

Les exportations marocaines ont nettement repris en 2014

Lahcen Oudoud, LE MATIN 10 mars 2015



Apr

Après un fléchissement en 2013, le Maroc a enregistré une très belle année 2014 avec une croissance de 9,7%.

Les importations de l'Union européenne d'habillement en provenance du Maroc se sont accrues de 9,7% après une baisse en 2013. Ce qui permet au Royaume de consolider sa place de cinquième fournisseur d'habillement de l'UE, au moment où ses concurrents ont enregistré des évolutions moins bonnes.

Le Maroc a bien repris ses droits sur le marché européen du textile et habillement en 2014. Les importations de l'Union européenne (UE) d'habillement en provenance du Maroc ont, en effet, marqué une nette reprise après une baisse en 2013. C'est ce qui ressort de la dernière lettre économique de l'association française Evalliance qui regroupe des professionnels (industriels, distributeurs, formateurs, experts...) dans les secteurs du textile, habillement, cuir et chaussures.

Ainsi, «après un fléchissement en 2013, le Maroc a enregistré une très belle année 2014 avec une croissance de 9,7%, ce qui lui permet de consolider sa place de cinquième fournisseur d'habillement de l'Union européenne», ont indiqué les auteurs de cette note économique. Et ce au moment où les concurrents du Maroc dans la région sur le marché européen ont enregistré des évolutions nettement moins importantes, voire médiocres. Il en est ainsi de la Turquie dont les exportations vers l'UE sont molles (+4,8%), alors que celles de la Tunisie stagnent (+1,1%), de même que celles de l'Égypte (+1,6%).

Les importations de l'UE d'habillement en provenance du Royaume sont ainsi passées de 2 milliards d'euros en 2013 à 2,30 milliards au cours de l'année passée. Ce qui lui permet de renforcer son avance par rapport à des pays exportateurs de premier plan vers l'UE, tels le Vietnam (2,22 milliards d'euros), la Tunisie (20,07 milliards), l'Indonésie (1,22 milliard)... La part de marché du Maroc sur l'UE reste, toutefois, stable autour de 3,1%.

L'évolution du marché européen en 2014 a été marquée, notamment, d'après Evalliance, par le net recul de la Tunisie dans le classement des fournisseurs d'habillement de l'UE, a fait remarquer Jean-François Limantour, président d'Evalliance, expert international en stratégie de développement pour les secteurs textile, habillement, mode et luxe. Ce pays maghrébin est, en effet, passé du cinquième rang en 2013 à la huitième position en 2014. De ce fait, la Tunisie est doublée par le Maroc, le Vietnam et le Cambodge. Elle sera sans doute rejointe prochainement par le Pakistan, estime Limantour. L'on note également une chute drastique de l'Égypte qui s'enfonce aussi dans le classement à la 17e place en 2014.

Par ailleurs, il est à noter que la Turquie reste, de très loin, le premier fournisseur méditerranéen d'habillement de l'UE, avec 9,18 milliards en 2014, soit 12,6% de part de marché. La Chine caracole en tête du classement avec 28,33 milliards et une part de marché qui s'établit à 38,8%.



18 mars 2015

Birmanie : le gouvernement pourrait mettre en place un salaire minimum prochainement

Le gouvernement birman prépare en ce moment l'instauration d'un salaire minimum, selon le syndicat IndustriALL Global. Toujours d'après ce dernier, le gouvernement réfléchit aussi au lancement d'une sécurité sociale.

« Les salaires dans l'industrie et les mines au Myanmar (autre nom du pays) varient habituellement entre 56 et 189 euros par mois », a précisé le syndicat. « Le gouvernement cherche actuellement à établir un salaire minimum et espère y parvenir au cours de ce printemps. »

Pression syndicale. Sous pression syndicale suite à de nombreuses manifestations et de nombreux mouvements dans les usines de production, le gouvernement a accepté de discuter. Sur l'année 2014, le pays aurait exporté pour 1,7 milliard de dollars d'habillement, doublant ainsi le chiffre de 2012, selon la Myanmar Garment Manufacturers Association. En juin dernier, le groupe américain Gap se félicitait d'être la première marque américaine à produire du Made in Birmanie. En outre, le pays pourrait devenir le nouvel eldorado de la production à prix cassé. En 2014, la Birmanie aurait ainsi bénéficié de quelque 5 milliards de dollars d'investissements étrangers.

La Birmanie s'est ouvert au monde après les élections de 2012 qui ont démocratisé le pays. Jusque-là, les syndicats étaient interdits. « La suspension des sanctions contre le Myanmar par plusieurs pays a provoqué un retour massif d'entreprises internationales dans le pays. Le gouvernement du président Thein Sein, qui a remplacé la dure junte militaire en mars, a entamé quelques réformes menant à la démocratisation, notamment l'adoption de lois applicables sur le lieu de travail permettant la création de syndicats. Au cours des deux derniers mois, plus d'une centaine de syndicats au niveau de l'entreprise ont été enregistrés dans tous les secteurs, bien que les employeurs et les autorités continuent de harceler et d'intimider ces travailleurs et travailleuses », avait indiqué le syndicat lors de la libéralisation du pays. Aujourd'hui les syndicats tentent de se faire entendre et leur rôle est de plus en plus prégnant.

Myanmar garment companies explore European Markets in Paris and Berlin

Posted March 9, 2015



Nine top representatives of Myanmar garment factories participated in a delegation to Paris and Berlin from February 8 to 18, 2015, in order to get a better understanding of European Markets and European buyers' requirements. This mission was organized by SMART Myanmar and implemented by sequa in Europe. The participants for the mission were carefully preselected through a process of cooperation with a

bigger group of Myanmar garment factories. Based on their interest to export to Europe, to improve working conditions in their own factories and the progress they made by implementing changes, the best factories were selected by SMART Myanmar. This mission is part of a set of activities all relating directly to improve market access for Myanmar garment factories to EU markets.

The participants were able to gain insights into the multilayered European textile market by visiting two major garment and textile trade shows located in Paris and Berlin. The trade fairs gave them the chance to establish new business contacts as suppliers and to practice dialogue with Asian and European partners. At the same time, visiting the fairs provided the participants with highly needed sourcing knowledge as a high number of Asian exhibitors was present with their products (fabrics and accessories). The Myanmar garment manufacturers wish to add more value to their garment production by moving from the so called Cut Make Pack (CMP) business model to the higher margin Free On Board (FOB) production which is full scale business. Through a systematic analysis of European shops, ranging from low level to high level price range, the entrepreneurs extended their knowledge on some characteristics of the European market conditions, such as final prices, European quality standards and the scope of demand. A key event of the trip was an intensive dialogue with German buyers during a B2B meeting that sequa organized jointly with German fashion Confederation and the Confederation of the German Fashion and Textile Industry.

In Paris, the main points on the agenda were shop and product analysis as well as the visit of one of the world's major trade fairs in the textile sector, Tex World. Giovanni Beatrice, Dutch garment expert from CBI (Center for the promotion of Imports from developing countries, an agency of the Dutch Ministry of Foreign Affairs), held an introductory session where he provided the group with a tool for shop and product analysis as well as a tool for efficient price enquiries regarding suppliers. Beatrice advised the participants during their assignments in Paris.



During their visit of TexWorld, the company representatives had the chance to speak both to buyers and to suppliers. In their talks, the participants were guided by staff from sequa, SMART Myanmar's project lead organization, as well as Giovanni Beatrice. "sequa staff, helped me a lot in asking suppliers the right questions", Khy Khy Nwe, Director of Thiri Sandar, said. During the analysis sessions about the

garment products being sold in Paris shops, participants had questionnaires which helped them elaborate a profile of each shop, along the lines "products, price range, quality requirements and compliance requirements". Preparing such a shop profile is a good basis to identify brands to which a company can supply products. Companies visited and analyzed more than 30 shops in Paris.

The companies also benefited from presentations organized by Messe Frankfurt, Tex World's hosting organization. Amongst others, Texworld's Art Director Louis Guérin spoke about Designer requirements regarding supplier companies. Michael Jaenecke, Director Brand Management Technical Textiles and Textile Processing of Messe Frankfurt introduced the participants to the Texprocess fair. Jean-Francois Limantour, head of EVAlliance, an association fostering better trade relations between Asia and Europe, highlighted the need for a trade agreement between Myanmar and the European Union.

The participants also visited ESMOD fashion school and are planning further talks in view of ESMOD's plans to opening of an ESMOD branch in Yangon.

In Berlin, the participants visited the trade fair Asia Apparel. Here, they received a good overview about their competitors from China, Bangladesh and other Asian countries. Again, sequa staff was present to assist with the talks if needed.

The companies also met with SMART Myanmar's project Director, Simone Lehmann in order to continue work on the Code of conduct of Myanmar garment factories. For this workshop two international CSR experts, the Sustain consultants Thorben Kehne and Jens Winkler were invited. On the basis of the SMART Compliance Academy, which SMART Myanmar conducted together with Sustain in September 2014 in Myanmar, the delegation participants planned further steps to make the whole industry comply with the Myanmar Garment Manufactures Association (MGMA) Code of Conduct – a standard the Myanmar gave itself to improve the working conditions in the garment factories. The companies indicated the need for sharing knowledge concerning CSR and requested monthly on site monitoring of the changes initiated by the SMART compliance academy in order to keep the momentum for changes up and running. Corrective action plans regarding CSR were welcomed by the participants. In order to ensure sustainability of CSR knowledge, board members of the MGMA decided that MGMA will hire full time staff to create a CSR department. Also, an extensive CSR awareness raising campaign was planned by the participants with the aim to promote the acceptance of the Code of conduct among MGMA members. It was pointed out by MGMA chairman Myint Soe that the CSR issue is crucial not only because buyers want to see compliance with CSR standards, especially European buyers. But also because better working conditions make factory workers more motivated and satisfied which results in better factory productivity. The Code of Conduct therefore shall be translated in Burmese and bilingual posters shall be displayed in all factories. A two way communication concerning the code shall be set up, both to buyers and manufacturers. To link up with the new EU flagship initiative Sustainable Garment and Textile Sector a round table discussion about the MGMA

Code of Conduct with all relevant stakeholders in Myanmar was planned. During this dialogue to be held in March 2015, the EU Delegation of Myanmar will host an event to foster national dialogue between ILO, Ministries, MGMA and international brands like H&M and Esprit. Further awareness raising events shall take place during this same week, like a networking event at a model garment factory. Last but not least, an action plan was elaborated by the participants. Activities include a Compliance Achievement award and the training for Ministry of Labor inspectors in Myanmar.



Like in Paris, product as well as shop analyses were conducted in Berlin. Participants compared shops ranging from C&A to Louis Vuitton, had a look at alternative shop concepts like TK maxx and compiled shop profiles regarding price range, quality standard and compliance requirements. A crucial event during the trip in Germany was the meeting of several German companies during a buyer's meeting, organized jointly

by sequa and German Fashion Confederation. Work wear producers were present as well as toddler's garments, sportswear and ladies wear. After a brief introduction to the developpp-Program, a program funded by the German Ministry of Economic Cooperation to support private companies' activities in developing countries, Myanmar companies presented themselves with their company profiles developed in the training of the SMART Myanmar project. The participants had the opportunity to hold informal talks over coffee and cake while sequa staff ensured that all companies spoke to each other. "An efficient and professionally organized meeting, I am very much looking forward to obtaining further samples and price information from the companies I spoke to", a representative of a German company present at the meeting told. Like her, the other German company representatives were very positively surprised with the quality of the samples and pointed out that responsible production really was an issue which they needed and wanted to attend to and saw that there are good preconditions for this in Myanmar.

Both in Paris and Berlin, it emerged that Myanmar companies have a good reputation and that buyer companies start considering Myanmar as an alternative to classical production countries like China and Bangladesh. Myanmar is not only offering comparably cheap labor, but has also made considerable progress in its reforms of relevant laws that set conditions for doing business in Myanmar. The government of Myanmar has furthermore developed a national garment export strategy and explicitly expresses its determination to do business in a sustainable manner. Myanmar companies need to take up this opportunity and will be supported in their efforts by the SMART Myanmar project. In March 2015, for example, organized jointly with Confederation of the German Fashion and Textile Industry and SMART Myanmar local team, around 20 Swedish, Danish, German and British companies in the garment trade will visit Myanmar to visit manufacturing plants and get a better understanding of Myanmar companies' potential.



Myanmar Takes Strides to Improve Compliance in its Textile Sector

Posted on March 16, 2015 by [Tara Donaldson](#)

Myanmar is continuously working to banish the unfavorable image of its textile industry and improve the sector in order to sustain substantial business. At the end of March, the nation will hold a roundtable discussion about the Myanmar Garment Manufacturers Association's (MGMA) new Code of Conduct and social compliance standards.

MGMA and SMART Myanmar, an organization that promotes and supports the sustainable production of "Made in Myanmar" garments, will host 17 European companies for seminars in Yangon, and business matchmaking with garment factories. The associations will also hold talks with factories regarding next steps for implementing the recently ratified Code of Conduct in order to determine how EU companies can be a positive force for improvement in the industry.

The MGMA, which represents nearly 300 factories in Myanmar, released the first ever Code of Conduct for the country's apparel sector last month as a guide for informing best practices and responsible corporate behavior.

Win Ei Khine, MGMA board member and executive director of Maple Trading Co., a Myanmar manufacturer said at the time of the guideline's release, "We've always run our factory in what we felt was a responsible manner, but there are some shortcomings that need to be addressed. For instance, employee contracts are important but they're not always a part of Burmese business culture. Some factories need to improve this, just like some still need to make sure there is always an adequate fire safety plan and that working hours don't exceed the maximum allowed by law. MGMA has developed this Code of Conduct as a guide for our industry to help us all reach to international standards."

According to Jacob A. Clere, project manager for Sustainable Consumption and Production at MGMA, the country's apparel sector currently employs at least 300,000 workers, more than 200,000 of which work at MGMA member factories.

And though still in its nascent stages, Clere said [Myanmar's garment sector is growing rapidly](#).

"Basically, we've been seeing more than one garment factory open its doors each week for several months now (and this doesn't include the footwear and accessories industries, which are also growing)," he said. "As such, apparel product types and production options available in Myanmar are significantly more diverse than they were even a year ago."

Generally, more labor-intensive goods are made in Myanmar where workers earn an average \$80 per month — just a bit above Bangladesh’s \$68. Myanmar’s biggest specialties are jackets and outerwear, though casual trousers, skirts, blouses and baby apparel products are also produced there. Of the newest factories, most are producing for the EU market, many making knitwear like sweaters, scarves, hats and gloves.

“Myanmar’s industry is increasingly establishing itself as a good production base for medium-quality sportswear and fashionable jackets and coats,” Clere said.

SMART Myanmar said in a statement this week that corporate social responsibility is “crucial” for Myanmar, not only because brands want to see compliance that jives with international standards, “but also because better working conditions encourage factory workers to be more motivated and satisfied in their jobs, which itself results in improved factory productivity.”

Call to focus on textile export sector

Wednesday, 25 March 2015 20:00



FAISALABAD: Pakistan Textile Exporters Association (PTEA) has demanded the government to give due importance to textile export sector which is earning 60 percent of the total foreign exchange.

Expressing concern over 12.9 percent drop in exports during the last month, the PTEA also demanded the government to take immediate remedial measure to arrest the shortfall.

Talking to the media here on Wednesday, Sohail Pasha, Chairman and Rizwan Riaz Saigal, Vice Chairman of the PTEA said that textile exports also witnessed 2.91 percent decline in February 2015 over the same month of the previous fiscal year and 9.96 percent drop over previous month.

Giving details, they said that country exported textile goods worth USD 1.087 billion in February as against exports of USD 1.119 billion in same month of previous year and USD 1.207 billion in previous month of January showing a hectic decline of 2.91% and 9.96%, respectively.

They said that export of value added items also witnessed negative growth as cotton cloth down by 15.47%, bed wear 4.82% and towels 8.34% compared to same month of previous fiscal. These may not sound like big numbers, but if the trend keeps up it could spell some amount of trouble for the economy, especially considering that the trade deficit is continuing to widen, they said and added that drop in textile exports is clear indication of the fact that textile industry, particularly the Punjab-based, is unable to tap its potential in accordance with its capacity.

Pin-pointing the prime reasons behind export decline, Sohail Pasha explained that high cost of doing business and lack of competitive edge with regional rivals including unprecedented energy constrains and unavailability of funds are badly hurting the textile export growth.

Value-added textile export sector is already facing severe global competition as regional countries are providing lot of subsidies and incentives to its textile export sector to remain competitive in international market, he added.

Quoting the example of gas prices, he said that gas price in Pakistan is 6.27 dollars per mmbtu; which is at the higher edge than all competitors. Per mmbtu gas price in Bangladesh is 1.91 dollar, in India is 4.20 dollar and in Sri Lanka is 3.66 dollar. Recently, in a bid to give stiff competition to Pakistan, India has flexed its muscles by proposing huge subsidies to its textile exporters.

Terming lack of funds another hurdle in export growth, he said there is a capital blockage for textile exporters as their major capital remain stuck up in refund cycle, causing a major dent to textile exporters.

Vice Chairman Rizwan Riaz Saigal was of the view that now is the time that repair had to be made otherwise decline in exports would put irreparable loss to economy. Competitors made huge investments due to the positive and business friendly environment provided by their governments and taking advantage of the situation, they are creeping into our traditional markets throwing Pakistani textiles out.

To secure interest of economy, PTEA office bearers urged the government to bring the textile exports out of inflationary pressure and provide level playing field.

Textile exports to China rise 10% as companies' reputation spreads

Page created: Wednesday, 18 March 2015 15:03 GMT

Portugal's exports of textiles to mainland China rose 10% last year, demonstrating the "good name of Portugal" in the international market, according to the main industry association.

"The new Chinese brands know us ever better and there are international brands, above all American ones, that buy their raw material in Portugal and then use it to make clothing in China," said Sofia Batalha, executive director of the Textile and Clothing Association of Portugal (ATP), told Lusa on Wednesday.

Batalha was speaking at Intertextile Shanghai, one of the Asia's biggest trade fairs for the sector, which is running until Friday in the city, with eight companies from Portugal – Lemar, Paulo de Oliveira, Penteadora, Ribera, Riopete, Somelos, Textil Serzedelo and Troficolor – among the 3,000 from around the world taking part.

"Portugal has a good name in the market and Chinese brands are buying more in Portugal," she said.

Batalha is also representing the Seletiva Moda association, the ATP unit that promotes the country at trade fairs abroad, with its 'From Portugal' campaign.

Last year, according to ATP figures, Portugal exported €5.5 million worth of textiles to China, up 10% on 2013.

The strongest growth was in synthetic fibres, but cotton remained the largest segment by value, with €2.28 million, up 10% on the year.

According to Batalha, demand for textiles from Portugal is also rising in other Asian countries such as South Korea and Japan.

"Asia is not a easy market, but it's crucial for us," she said.

AC/ARO // ARO.

- Sri Lanka President promises to set up a domestic war crimes inquiry within a month
- UN political chief confident over Sri Lanka's efforts

Bright prospects for Sri Lanka to recover EU GSP+ facility

Fri, Mar 13, 2015, 09:07 pm SL Time, ColomboPage News Desk, Sri Lanka.



Mar 13, Colombo: Sri Lanka has bright prospects of recovering the European Union's GSP Plus trade concessions that were withdrawn in 2010, Minister of Industry and Commerce Rishad Bathiudeen said.

Addressing the inaugural ceremony of sixth TEXTECH Sri Lanka 2015 International Expo - an international exhibition on Textile Apparel Technology and Machinery for Sri Lanka at the Sri Lanka Exhibition and Convention Centre (SLECC) in Colombo Thursday, Minister Bathiudeen said realizing that the loss of the GSP plus concession greatly affected the Sri Lankan apparel sector, the present government under the 100 - day program has promised to negotiate this facility again.

The Minister said various EU committees have already assured their support to help regain the GSP plus facility and a visiting member of European Parliament has assured to help Sri Lanka regain the tariff concession.

Member of EU Parliament and Vice-Chair of EU Committee on International Trade, Jan Zahradil, who is also a member of the EU Parliamentary Group 'Friends of Sri Lanka', has assured to assess how to help Sri Lanka on fishery and GSP plus issues.

"As a Vice chair of EU Committee on International Trade (INTA), I am here to remove major unpleasant aspects of trade such as fishery ban and GSP plus and to here to find your inputs as to how to muddle through these in the easiest and fastest possible way," Minister Bathiudeen quoted the visiting EU official in a statement.

The Minister said the EU official had assured him of the support of various EU Trade committees to speedily regain this facility from the EU.

"Therefore our GSP Plus recovery prospects are brighter," Bathiudeen said.

The EU withdrew the GSP Plus facility in August 2010 claiming Sri Lanka's failure to comply with the eligibility criteria that included the implementation of international human rights conventions. Sri Lanka's apparel sector was mostly benefited by the EU's GSP Plus facility.

However, with Sri Lanka's new government taking measures to restore democracy and human rights the Minister is hopeful that the EU will consider reinstating the concession.

* [Sri Lanka's apparel exports readying to cross US\\$ 5 billion](#)

Mon, Mar 30, 2015, 12:57 pm SL Time, ColomboPage News Desk, Sri Lanka.



Mar 30, Colombo: Within a day after Sri Lanka and the European Union (EU) held discussions in Colombo to reinstate the sought after GSP Plus trade concession to boost Sri Lanka's apparel exports, another coveted technical breakthrough has been extended to Sri Lanka through a surging EU economy, Ministry of Industry and Commerce said in a statement.

This support stream connects not only to Lanka's finished apparels but even its manufacturing core itself-opening along with it a new market destination even beyond EU- called as the next economic supermodel of the world, according to the statement.

During a meeting with the Minister of Industry and Commerce Rishad Bathiudeen on March 25 at the EDB in Colombo, Ms. Nesli Almufti, the Stockholm based Trade Policy Advisor of Swedish Government's National Board of Trade-Open Trade Gate has informed the Minister of the opportunity.

"Sweden is highly innovative in textile and fashion designs and we are also among the top apparel industry technical research and development leaders. We are focusing on extending sector-based support to Lanka products. Boras Textile Fashion Centre a starting point for Sri Lanka and we can link you to Boras so that the process could start" said Ms. Almufti.

Joining Advisor Almufti was Stockholm based Helena Hafgren (Swedish Apparel and Fashion Expert Consultant to National Board of Trade-Open Trade Gate).

"We have a high standing in fashion design and more importantly, we are ranked at top in apparel research and development," she said.

According to Ms. Almufti, Swedish Government's National Board of Trade-Open Trade Gate, work with more than 100 Donor Approved List countries of OECD to encourage their exports into Sweden.

The Swedish team is in Sri Lanka since they were called for support by the Sri Lankan Embassy in Stockholm and.

"Sweden is also the gateway to what is called as the next economic supermodel in the world -it's the four country premium "Nordic market" of which Norway is not part of but could be accessed through Sweden-also to Iceland. Sweden as well as Nordic region continues with its strong growth despite recent EU downturn. This Nordic market is not worried about costs of your products. Nordic market with Sweden is highly developed and there's growing demand for niche products from abroad in them-the more expensive and up market variety. One reason we are encouraging imports from countries such as Sri Lanka is that one third of our exports consist of

high quality imports coming to Sweden. Today's value and supply chains are no more centered in one country to one country. Among our global brands are Skype, H&M and Ikea."

"We believe that Boras Textile Fashion Centre area and its University close to Sweden's second largest city Gothenburg are famous for apparel R&D including smart textiles, high tech textiles, apparel technical incubators, Museum of Textile History, and the Nordic Textile Library and that's a starting point for Sri Lanka and we can link you to Boras so that the process could start."

GDP per capita in Nordic region is higher than Eurozone and lately Nordic GDP has also been growing faster than the Eurozone's. Sweden, with its \$500+ Bn of GDP, is the seventh largest economy in EU. According to the European Commission, Swedish GDP will be "the fastest growing in 2015 at 3.3% within 'Nordic region' (European Commission also has the GSP Plus decision making authority on Sri Lanka). Sri Lanka and EU commenced work on the recovery of the GSP Plus from EU on 24 March in Colombo with the arrival of a high level GSP Taskforce directly from Brussels.

"I am so pleased of technical support from a highly developed economy to our apparels which is also timely since our prospects to recover GSP Plus and boost apparel exports are brighter after we started work with visiting EU GSP Taskforce yesterday 24 March" said the Minister Bathiudeen, responding to Trade Policy Advisor Almufti, and added: "Apparels are Sri Lanka's topmost merchandise exports earner and we are almost ready to achieve the US\$ 5 billion export milestone in it. Our apparel exports in 2014 were at US\$ 4.9 billion increasing by 9.2% from 2013. We believe GSP Plus door may open for us. Sri Lankan apparel sector's manufacturing now at G4 levels with even the large global fashion brand portfolio owners such as PVH Corporation directly partnering with us on their speed orders."

"Our Industry Completing Cycle is a short 4-5 days up-to shipping, and we can readily supply premium apparels to Sweden and Nordic region as a result. Close to one third of our exports to Sweden are apparels," the Minister added.

According to the Department of Commerce of Sri Lanka, in 2014, Sri Lanka's total trade with Sweden stood at US\$ 125 million, of which US\$ 71.05 million were exports-of which 31% were apparels. Sri Lanka's biggest imports from Sweden were cellular and wireless products in 2014.

Sri Lankan textiles & garment exports grow 9.4% in 2014

March 23, 2015 (Sri Lanka)

The export of textiles and garments from Sri Lanka increased by 9.4 per cent to US\$ 4.929 billion in 2014, compared to exports of \$4.508 billion made in 2013, according to the data from the Economics Research Department of the Central Bank of Sri Lanka.

The 9.4 per cent growth rate registered by the textiles and garment exports was greater than 6.5 per cent and 7 per cent growth rates witnessed by Sri Lankan industrial exports and total exports during the year, the data showed.

Textiles and clothing accounted for 59.75 per cent of Sri Lankan industrial exports and 44.34 per cent of all exports made by Sri Lanka in 2014.

On the other hand, the import of textiles and textile articles by Sri Lanka grew by 13.8 per cent to \$2.327 billion in 2014, as against imports of \$2.045 billion made in the previous year.

The increase in imports of textiles and textile articles shows expansion of garment manufacturing in the island country. (RKS)

H&M en croissance de 25% pour son premier trimestre 2014-2015

Publié le 25 mars 2015 par JEAN-NOËL CAUSSIL



H&M a réalisé un chiffre d'affaires de 4,3 milliards d'euros pour son premier trimestre 2014-2015 décalé (décembre/fin février).

H&M affiche un chiffre d'affaires de 4,3 milliards d'euros pour son premier trimestre 2014-2015 décalé (décembre 2014- fin février 2015).

H&M publie ses résultats trimestriels, et avec un chiffre d'affaires de 4,3 milliards d'euros entre décembre 2014 et fin février 2015, peut s'enorgueillir d'une croissance de ses ventes de 25%...

Enfin, 25%... Si on raisonne en couronnes suédoises. Si l'on reste en monnaie locale, pays par pays, la progression s'affiche à un déjà joli +15%. Le tout étant bien sûr porté par la croissance du parc, qui continue à grandir, encore et encore. H&M s'attend ainsi, durant son exercice 2014-2015, à ouvrir la bagatelle de 400 magasins. Avec, dans le lot, des premières, comme cela vient d'être le cas à Taïwan, courant février 2015, et comme cela sera le cas, dans l'année, au Pérou, à Macao, en Afrique du Sud et en Inde.

342 MILLIONS D'EUROS EN FRANCE

En attendant, en France, les ventes de H&M ont atteint durant ce trimestre 342 millions d'euros, en hausse de 11% - un chiffre qui doit être évidemment pris avec des pincettes comme toujours avec H&M : le groupe, en effet, convertit des ventes réalisées en euros en couronnes suédoises avec, donc, des effets de change qui peuvent faire artificiellement varier la croissance enregistrée. Cette dernière est ainsi de +18% en couronnes suédoises mais « seulement » de 11% en euros. Ce « seulement » étant déjà, quoi qu'il en soit, le signe d'une très bonne santé du groupe en France, dans ses 205 boutiques.

Last update 10:14 | 26/03/2015

Thailand, Vietnam look for garment co-operation

The garment and textile industries in Thailand and Vietnam should strengthen co-operation to improve competitiveness and exploit the ASEAN market, delegates said at a meeting held in HCM City on March 25.



Nguyen Van Tuan, deputy general secretary of the Vietnam Textile and Apparel Association, said in recent years that Vietnam had emerged as a production hub for garment and textile products.

However, the industry has had to import up to 85% of materials needed for production.

He said cooperation with Thailand was necessary as it has advantages in textiles, design and administration. Phasiree Orawattanasrikul, vice chairwoman of Thai Garment Manufacturers Association's (TGMA) Trade and Investment Promotion sub-committee, said Thailand's textile and garment industry had an entire supply chain cycle from upstream to downstream, from yarn manufacturing to apparel manufacturing. It also includes fashion design.

Meanwhile, Vietnam has the skills and ability to become an apparel production hub for international buyers, but it lacks upstream and midstream channels, she said.

"Therefore, establishing fully vertical integrated-supply chain between Thailand and Vietnam is one of the big steps toward granting and sustaining our competitiveness," she said.

Tuan said total global apparel trade was worth US\$800 billion last year, and is expected to top US\$1,664 billion in 2030, offering a huge opportunity for the industry.

Asian production will account for 60% the world's total production by 2030 from the current level of 50%, he said.

With increasing costs in China as well as competitiveness with other industries, many garment and textile producers have shifted their production base to ASEAN countries, including Vietnam.

Vietnam has signed, and is negotiating, a number of free trade agreements, including the Trans Pacific Partnership, which are expected to bring huge benefits to the garment and textile industry. However, to enjoy benefits, Vietnamese companies must meet product origin as well as yarn-forward regulations. With Thailand not included in the TPP, Thai enterprises should enhance co-operation with Vietnamese firms to produce fabric and materials in Vietnam to take advantages of benefits brought from trade agreements, he said. The co-operation of the two sides would also help the industry better exploit the ASEAN market of 600 million people, when the ASEAN Economic Community becomes effective by the end of the year. Vietnam's textile and garment industry is always on the lookout to improve competitiveness and achieve higher productivity, thus increasing its edge in the world market, he said.

ASEAN apparel shows

The upcoming GFT, the most comprehensive show for garment and textile manufacturing industry in ASEAN, will bring opportunities for Vietnamese firms in the field to broaden knowledge, and update trends and latest technology and network across ASEAN, Duangrat Udomsomporn, senior manager-portfolio Reed Tradex Company, said.

To be held in Bangkok from July 9 to 12, the GFT will be held concurrently with the Garment Manufacturers Sourcing Expo 2015 (GMS), ASEAN's only exhibition on materials, accessories, and equipment for garment and textile manufacturing. It is expected to meet the needs of manufacturers from downstream to upstream, she said. Besides exhibiting technologies and solutions from around 250 leading brands from 25 countries, the expo will also include the ASEAN garment and textile summit and business matchmaking, allowing participants to receive exciting and in-depth perspective on current and future trends of the industry.

Trade turnover between the two countries totalled US\$10 billion last year, a year-on-year increase of 12.5%, Malinee Harnboonsong, Thailand's Director of International Trade Promotion, said.

Last year, Vietnam earned US\$76 million from yarn exports to Thailand and spent US\$194 million to import fabric from the country, she said.

VNS

30 mars 2015

Tunisie - France : Monastir et Rhône-Alpes élargissent leurs domaines de partenariat

Les membres du comité mixte de pilotage de la coopération entre le Conseil régional de Monastir et celui de la région française Rhône-Alpes ont convenu de consolider leur coopération dans les domaines du textile technique, énergies renouvelable, formation professionnelle, éducation, tourisme, culture, jeunesse et agriculture.

Lors d'une réunion, tenue samedi 28 mars 2015 au siège du gouvernorat de Monastir en présence du gouverneur de la région, Taïeb Nefzi, et d'une délégation française conduite par Véronique Moreira, vice-présidente de la région Rhône-Alpes, et des représentants de la société civile des deux régions, le secrétaire général du gouvernorat de Monastir, Khaled Younsi, a déclaré que "les parties concernées par la convention de coopération Rhône-Alpes-Monastir devraient proposer des projets et s'engager à leur réalisation".

Parmi les recommandations du comité de pilotage de cette coopération, figurent l'examen de la possibilité de partenariat entre les agricultrices et les femmes rurales des deux régions et aussi la coopération dans le domaine du tourisme rural.

Khaled Younsi a également indiqué qu'un mini-sommet des collectivités locales et de la société civile sera organisé à Lyon, les 1er et 2 juillet prochain à quelques mois de la tenue du Sommet mondial du climat (décembre 2015 à Paris).

100 personnes dont 50 femmes âgées de 15 ans et plus, seront invitées, le 6 juin prochain à une réunion à Monastir pour donner leurs avis sur les changements climatiques en prévision du sommet de Lyon.

De son côté, Habib Harzallah, président de l'URAP (Union régionale de l'industrie, du commerce et de l'artisanat), a fait savoir que l'Union a signé le 14 février 2015 un accord avec la Confédération française des petites et moyennes entreprises à Saint-Etienne. Cet accord facilitera la participation tunisienne à plusieurs salons en France et permettra de réaliser des activités économiques en partenariat avec cette structure, a-t-il dit.

Jalel Belhaj Khalifa, directeur d'exploitation au Technopôle Monastir, a indiqué qu'ils envisagent d'axer le partenariat avec le Technopôle de la région Rhône-Alpes sur le textile technique.

Pour sa part, Véronique Moreira a déclaré que les deux régions devraient coopérer davantage pour promouvoir le textile intelligent et aussi pour garantir une formation adaptée dans le secteur du textile.

En ce qui concerne le tourisme, elle a indiqué qu'il est grand temps pour développer "un tourisme du type découverte et rencontres" au lieu du tourisme de masse qui n'est plus en mesure d'apporter plus en raison de la crise économique.

Elle a assuré qu'au niveau de la région Rhône-Alpes, les autorités sont prêtes à appuyer des projets dans plusieurs domaines et à soutenir l'innovation, précisant qu'il faut "juste un plan d'action bien déterminé pour aller plus loin et aussi un travail en réseau plus structuré".



Tunis : priorité à la santé et à la sécurité du consommateur



Par Hamza Marzouk
25/03/2015 à 17h03

Le **Centre Technique du Textile (CETTEX)** est désormais équipé d'un nouveau laboratoire dénommé « **Santé, Sécurité du Consommateur** ». L'inauguration a été faite aujourd'hui au siège du Centre à Bir Kassaa, Ben Arous, en présence des responsables du ministère du Commerce, de Wided Bouchamaoui, présidente de l'UTICA, du président de la délégation spéciale de Ben Arous et d'autres personnalités.

Ce laboratoire vient renforcer la qualité du produit textile et habillement à tous les stades de la fabrication pour un meilleur contrôle qualité et afin de s'assurer que le produit est conforme aux normes internationales.

Lors de son intervention devant l'auditoire, Mme Hédia Blanco Regaieg, chef de département et responsable laboratoire, a affirmé que désormais les techniciens du Centre Technique du Textile peuvent faire les analyses sur les produits textiles afin de vérifier l'existence de produits toxiques dans l'article confectionné tout au long des étapes de la **production**. Elle a précisé que l'intoxication peut survenir à l'étape de la teinture, notamment les colorants cancérigènes si néfastes à la santé, à celle de la confection voire à l'emballage, « ce qui rend le contrôle indispensable », dit-elle.

Il en est de même pour l'étape de la confection avec les éléments métalliques de l'article. Pour ce qui est du but du laboratoire, l'intervenant a affirmé qu'il est destiné aux établissements industriels exportateurs, au marché local, les produits importés et les administrations afin de vérifier que les tenues de travail ne contiennent pas de produits toxiques. La création du laboratoire a été rendue nécessaire, selon **Mme Hédia Blanco Regaieg**, à cause des exigences des autorités européennes par rapport à la réglementation entrée en vigueur au sein de l'UE depuis 2007 (enregistrement, évaluation, autorisation et restrictions sur l'utilisation des produits chimiques). « Donc les sociétés exportatrices nationales étaient dans l'obligation de faire contrôler leurs marchandises auprès de centres étrangers d'où la nécessité de créer ce laboratoire pour répondre aux attentes de nos clients », nous informe-t-elle. Répondant à notre question sur le coût, elle a affirmé que « le budget a dépassé 1 million de dinars ».

Pour sa part, **Mme Wided Bouchamaoui**, la présidente de l'Union tunisienne de l'industrie, du commerce et de l'artisanat, a déclaré que ce nouveau laboratoire vient à temps pour renforcer la compétence tunisienne. Dans le même contexte, elle a souligné en outre le rôle que le laboratoire pourrait jouer dans le contrôle des articles de contrebande « *qui contiennent plusieurs matières nocives à la santé du consommateur* ». Par ailleurs, elle a estimé que la création du laboratoire est un pas dans la bonne direction pour le secteur du textile en Tunisie, notamment en matière de contrôle de la qualité et le fait de se conformer aux normes internationales. Dans un autre contexte, elle a rappelé que la chute de la productivité dans les entreprises tunisiennes est surtout due aux revendications incessantes.

Mohamed Zarrouk, président de l'Organisation de défense du consommateur (ODC), dans un mot bref, a plaidé pour un contrôle rigoureux du marché local : « *Le consommateur tunisien est victime des produits textiles contrefaits qui présentent un danger pour sa santé* », dit-il avant de continuer qu'il faut également penser à la santé du consommateur tunisien et non uniquement aux standards internationaux.

Pour le président du Conseil d'administration du CETTEX, Hechmi El-Habib Kolli, il a considéré que la création du laboratoire est une nouvelle consécration qui vient s'ajouter aux consécration pour le secteur du textile en Tunisie. Le président de la délégation de Ben Arous, quant à lui, s'est félicité que Ben Arous a été choisi pour l'installation du laboratoire notamment qu'elle présente une zone industrielle. « *J'ai eu vent que certains ont voulu que le laboratoire soit installé dans une zone qui soit proche de l'aéroport* », dit-il.

Delta Galil to set up \$13mn textile plant in Vietnam

March 16, 2015 (Vietnam)

DELTA

GALIL INDUSTRIES LTD.

Delta Galil, an Israel-based apparel manufacturer and distributor, has bagged a license from the Vietnamese south-central province of Binh Dinh to set up a textile and garment plant.

The new plant to be built at a cost of US\$ 13 million will come up on an area of 18,000 square metres in Phu Cat district, according to Vietnamese media reports.

As per the license issued by the Binh Dinh Investment Promotion Centre, Delta Galil Industries will develop a textile-dyeing-garment plant in Cat Trinh Industrial Park developed by Bha Be Garment Corporation.

The project, to come up under Delta Galil Vietnam, will produce yarn, fabric and clothing items. Scheduled to go operational in the last quarter of this year, the project would create several jobs and contribute in speeding up socio-economic development in Phu Cat district.

The new plant is expected to produce 1.3 million pieces annually, generating yearly revenue of \$30 million.

Last year, for the first time, the Tel Aviv-based company reported full year sales of more than \$1 billion, showing top-line growth in all key geographic regions, as well as the positive impact of Delta Galil's diverse customer mix and growing sales of branded products.

"Delta Galil is relentless in seeking new opportunities to innovate, grow and enhance our shareholder value. In 2015, we expect to benefit from our newer relationships, such as Lacoste and Marc O'Polo, our first full year with Avia, and continued expansion of our Activewear business. At the same time, we are driving improvements in the production area, and will invest in a new facility in Vietnam to support growth in the coming years," Isaac Dabah, CEO of Delta Galil, said in a statement.

Established in 1975, Delta Galil develops innovative seamless apparel including bras, shapewear and socks, intimate apparel for women, extensive lines of innerwear for men, babywear, activewear, sleepwear, and leisurewear. (RKS)

Le Vietnam et la R. de Corée paraphent leur accord de libre-échange

30/03/2015 | 16:22:00



Le PM vietnamien Nguyen Tan Dung et la présidente sud-coréenne Park Geun-hye ont assisté à la cérémonie de signature du procès-verbal sur la fin des négociations sur l'ALE Vietnam-R. de Corée

La République de Corée et le Vietnam ont paraphé leur accord de libre-échange (ALE) en vue de promouvoir le commerce bilatéral grâce à la suppression des barrières tarifaire et non tarifaires, a annoncé dimanche le ministère sud-coréen de l'Industrie, de l'Energie et du Commerce extérieur.

Selon un communiqué de ce ministère, le gouvernement sud-coréen fera en sorte que l'accord soit officiellement signé au premier semestre de cette année, et le soumettra à l'Assemblée nationale dans les meilleurs

délais pour une mise en vigueur fin 2015.

La version en anglais de l'ALE Vietnam-République de Corée doit être rendue publique le 30 mars, et celles en sud-coréen et en vietnamien seront publiées avant la cérémonie de signature officielle.

Dans le cadre de sa visite de travail en République de Corée à l'occasion du Sommet commémoratif du 25e anniversaire des relations de dialogue entre l'ASEAN et la République de Corée, le Premier ministre vietnamien Nguyen Tan Dung et la présidente sud-coréenne Park Geun-hye ont annoncé la fin des négociations sur l'ALE Vietnam-République de Corée. Les deux parties ont en outre fixé l'objectif de porter les échanges commerciaux bilatéraux à 70 milliards de dollars en 2020, soit trois fois plus qu'actuellement.

Selon le ministère sud-coréen de l'Industrie, de l'Energie et du Commerce extérieur, cet accord offrira aux PME sud-coréennes un meilleur accès au marché vietnamien, notamment dans le textile-habillement, les pièces détachées automobiles, les produits cosmétiques et l'électronique. Cependant, ce document ne concerne pas le riz, un produit "assez sensible" pour la République de Corée.

L'ALE Vietnam-République de Corée porte sur le commerce, les services, l'investissement, la propriété intellectuelle, la sécurité alimentaire et la quarantaine vétérinaire et phytosanitaire, l'e-commerce, la concurrence, la coopération économique, etc.

Aux termes de ce document, la partie sud-coréenne accordera au Vietnam des privilèges douaniers, favorisera l'exportation de produits majeurs du Vietnam dont produits agricoles et aquatiques, textile-habillement. Elle s'engage à promouvoir la coopération économique bilatérale, à accorder des assistances techniques dans plusieurs domaines. C'est la première fois que la République de Corée ouvre son marché pour l'ail, le gingembre, le miel et la crevette du Vietnam. La partie vietnamienne accordera des privilèges à la partie sud-coréenne pour ses produits industriels dont matériaux pour le secteur textile, matières premières de la plasturgie, matériel électronique, câbles électriques. Concernant les lignes tarifaires, la République de Corée en a libéralisé 95,43%, et le Vietnam, 89,75%.
-VNA

Tuesday, Mar 17, 2015, Posted at: 12:52(GMT+7)

Material production obstacle on garment businesses' way to TPP incentives

The material source of Vietnam's garment and textile industry has long depended on imports while local businesses are short of capital to invest in this field, making them unlikely to enjoy tax incentives from Trans-Pacific Partnership (TPP) agreement which is expected to be signed this year.



Vietnam's garment and textile materials are mainly imported
(Photo: SGGP)

TPP will benefit those using materials made in their countries or in TPP member nations.

Director General of Gia Dinh Textile and Garment Corporation Le Dong Trieu said that garment and textile materials have mainly been imported from China, Japan and South Korea. This has become a big challenge for Vietnamese businesses to access benefits from TPP.

Statistics by Vietnam Textile and Apparel Association (Vitas) shows that 60-70 percent of materials for the garment and textile industry is imported and 80 percent of businesses in this industry are doing outwork, resulting in low added value.

Chairman of Saigon Garment Company Le Quang Hung said that all Vietnamese businesses know that materials are a survival factor of the industry but capital shortage has kept them from developing production.

A few millions of U.S. dollar is enough to build a large scale garment plant while a fiber weaving machine needs the same amount. With the current financial condition of most companies, they can not take risks to invest in a material production plant, he cited.

Besides, material production has also faced with stricter environmental regulations.

Since 2003, Ho Chi Minh City has limited licensing weaving and dying projects. They have

been listed as one of 17 fields polluting the environment. Some plants can not exist because they fail to meet waste water standards.

On the other hand, most of the plants had been established before the city set up industrial and export processing zones. As a result they are now located in residential areas and forced to remove because of the increasing population.

At present, only Vietnam National Textile And Garment Group (Vinatex) is able to build material production plants. Three fibre plants have been put into service and four others are under construction.



Vietnamese garment, textile companies should invest in material production to take advantage of tax incentive from TPP (Photo: SGGP)

Chairman of Saigon Garment Company Le Quang Hung, however, said that even when all these plants come into operation, they can also supply materials for Vinatex subsidiaries.

Foreign firms have rushed to construct material plants in Vietnam to wait in front for tax incentives from TPP, said Mr. Vo Tri Thanh, deputy head of the Central Institute for Economic Management.

Chinese garment and textile giant Jiangsu Julun Textiles Group have built a US\$68 million self-contained plant which can produce fibre, weave and dye. Forever Glorious of Taiwanese Sheico Group has spent US\$50 million on a weaving-dyeing-garment production chain.

According to Mr. Thanh, the Government should have policies assisting businesses to develop material production so that they can take advantage of TPP.

Many businesses said it is necessary to plan a garment and textile material zone with clear environmental regulations.

Vinatex to build textile and garment complex in Quang Nam

March 24, 2015 (Vietnam)



Model of factory complex/courtesy: VIR

The Viet Nam National Textile and Garment Group (Vinatex) will begin construction of a textile and garment factory complex in the central province of Quang Nam on March 25, 2015, according to Vietnamese media reports.

The textile and garment complex project will be spread over 20 hectares in Que Son district and will be built at a cost of 1.14 trillion dong (approximately US\$ 53.5 million).

The project will include a fibre factory with a capacity to produce 4,600 tons of products annually, a textile and dyeing factory with annual capacity of 5,000 tons and a garment factory with 20 knitwear production lines with capacity to manufacture 20 to 25 million pieces per year.

An effluent treatment plant to treat 5,000 cubic metres of wastewater per day will also be built by Vinatex.

Once the complex becomes operational, it will supply materials to domestic garment manufacturing companies, including the ones in Phu Yen, Ha Tinh and Da Nang.

In the first phase, the project is expected to employ about 2,000 people with an average monthly salary of 4 to 5 million dong per head.

In 2015-17 period, Vinatex group plans to spend 9.4 trillion dong on textile, garment, and infrastructure projects. About 60 per cent of this amount would be invested in weaving, dyeing and infrastructure projects.

For this year, Vinatex has set a target to earn 900 billion dong in revenue, and an after-tax profit of 288.4 billion dong.