

Sommaire / Summary

 Afrique : la mutation de l'économie chinoise, une aubaine pour l'emploi en Afrique	1
 Allemagne : le plan Zalando pour résister à l'offensive Amazon	4
 Allemagne : une start-up transforme le lait périmé en textile	7
 Asean : India can be a reliable sourcing partner for Asean	10
 Bangladesh : explosion dans une usine d'habillement : au moins neuf morts !	12
 China's Sinomach merges with state textile giant	13
 Ethiopia : industrial parks are agents of transformation	14
 Ethiopie : inauguration d'un parc industriel textile-habillement construit par la Chine	17
 France : Armor-Lux : « on ne lâche rien ! »	19
 France : des soldes qui suscitent moins d'attente	21
 France : l'évènement Fashion 4.0 de Lectra explore l'avenir digital de la mode	23
 France : Lectra suit à distance les machines du client	25
 France : les fringues d'occasion inondent le marché	27
 India : Govt to announce package for knitwear industry soon	28
 India : Prime Minister inaugurates Textile India 2017	29
 Indian retail market heats up : USD 1 trillion by 2020	31
 India : textile : trading cautiously	40
 Japan : Uniqlo accused of running sweatshops	42
 Japon : le recyclage des textiles permet de faire des affaires en s'amusant	43
 Kenya : l'Inde accorde 28,8 millions \$ à Rivatex pour moderniser son usine textile	45
 Maroc : conjoncture industrielle : la production stagne toujours !	46
 Maroc : un écosystème Maroc-Portugal-Espagne en préparation	48
 Monde : Amazon à l'offensive dans l'habillement	50
 Pakistan : textile millers now warn of protest in Islamabad as exports fall	52
 Tunisie : marchandises turques : l'industrie en pâti	55
 Tunisie : la violation des droits des travailleurs est systématique	59
 US reviews Agoa benefits	62
 US jeans sales up four per cent	63
 Vietnam : apparel industry lacks « supplier punch »	64
 Vietnam : commerce dopé avec la Russie et le Belarus	66
 Vietnam : FENC counts on Vietnamese plant	68
 Vietnam : IMF Executive Board completes the article IV consultation	70
 Vietnam : Entre Lectra et le Vietnam, c'est une histoire qui dure !	75
 Vietnam : objectif d'exportations textile-habillement à 31,3 milliards de dollars	76
 Vietnam : la croissance des exportations textiles reste volatile	78
 Vietnam : Vinatex invests in technology to expand market share	80

Voici pourquoi la mutation de l'économie chinoise est une aubaine pour l'emploi en Afrique selon l'ancien chef économiste de la Banque mondiale

29 juin 2017 à 15h35

Par Frédéric Maury



Lors de l'assemblée générale d'Afreximbank, mercredi 28 juin, l'ancien chef économiste de la Banque mondiale, Justin Lin, a livré quelques clés pour profiter du changement structurel de l'économie chinoise.

L'industrialisation des pays en développement est un échec. C'est en substance le point de départ du message délivré le 28 juin par Justin Lin, à l'occasion de l'Assemblée annuelle d'Afreximbank, [la banque panafricaine du financement du commerce](#), qui se tient jusqu'au 1er juillet à Kigali.

Rappelant que les pays qui ont « un taux de croissance industrielle élevé ont aussi un taux de croissance du PIB élevé », le professeur et prolifique (24 livres à son actif) auteur chinois, qui a été durant quatre ans (2008-2012) chef économiste à la Banque mondiale, a livré ce cruel constat : depuis le milieu du vingtième siècle, sur 200 économies en développement, 2 seulement sont passées du statut de pays à faible revenu à celui de pays à haut revenu : la Corée du Sud et Taïwan. La Chine devant être le troisième en 2025.

« Les résultats sont particulièrement mauvais pour l'Afrique subsaharienne et l'Asie du Sud », a-t-il ajouté.

Échec des précédentes politiques industrielles

Les politiques industrielles menées tant dans les années 60-70 (stratégie de substitution aux importations) que dans les années 80-90 (consensus de Washington) ont échoué : les premières en créant des éléphants blancs et des entreprises non viables, les secondes en démantelant brutalement les protections industrielles existantes avec l'espoir que l'industrialisation se ferait par la seule force du marché...

Les rares pays qui ont connu de vrais succès ont adopté des approches pragmatiques, soutenant les entreprises non viables le temps de les réorienter et facilitant le développement des activités dans lesquelles le pays avait un avantage comparatif.

Justin Lin a notamment cité le cas de la Chine et du Vietnam, insistant toutefois sur le fait que le premier pays au monde à avoir adopté cette approche restait Maurice.

Opportunité historique

Le monde émergent, et notamment l'Afrique, a selon lui aujourd'hui une opportunité historique pour s'industrialiser via le commerce, opportunité comparable à celles connues par le Japon après la Seconde Guerre mondiale, les Tigres asiatiques dans les années 60 puis la Chine dans les années 80.

« Il y a 85 millions d'emplois industriels en Chine, et ce pays est en train de changer structurellement en s'orientant vers des industries plus capitalistiques, a-t-il expliqué. Il y a donc beaucoup d'espace pour les autres pays pour développer des industries à fort contenu en emploi. »

Priorité aux marchés internationaux

L'économiste a donné quelques conseils : déterminer les secteurs dans lesquels le pays a un avantage comparatif latent (avec un coût des facteurs faible mais des coûts de transactions élevés qui pourront être abaissés par des investissements judicieux) ; s'inspirer des politiques industrielles de pays dynamiques et ayant une structure économique proche ; attirer des investisseurs étrangers dans le secteur cible ; développer l'innovation.

Selon lui, les pays africains, dont les besoins en création d'emplois sont importants, devraient en priorité viser les marchés internationaux plutôt que régionaux.

L'intérêt des zones économiques spéciales

Il a également plaidé, dans les pays souffrant d'un mauvais climat des affaires, pour la création de zones économiques spéciales et de parcs industriels bien ciblés.

« **Avoir une politique industrielle est essentiel.** Les ressources des gouvernements sont limitées, il faut les utiliser stratégiquement », a-t-il insisté, citant ce qui constitue selon lui les deux grands succès subsahariens récents en termes d'industrialisation : **la création d'une usine de production en Éthiopie** par le Chinois Huajian en 2011-2012, qui a créé en peu de temps plusieurs milliers d'emplois et entraîné la création d'un secteur d'activité en plein essor et, plus récemment, le cas de l'entreprise de

textile chinoise C&H Garments **qui a débuté ses activités** dans la zone économique spéciale de Kigali.

À demi-mots, l'économiste a plaidé pour **un État visionnaire et volontaire** en matière de stratégie, pour ne pas laisser passer le train de l'industrialisation.

Le plan Zalando pour résister à l'offensive Amazon

Entreprises | Par Anne-Sophie Cathala

Publié le 26/06/2017 à 18h10



De à droite: les dirigeants de Zalando, Rubin Ritter, Robert Gentz et David Schneider lors d'une assemblée générale, le 31 mai à Berlin. - Crédits photo : BERND VON JUTRCZENKA/dpa Picture-Alliance/AFP

Leader de l'e-commerce de mode en Europe, le site allemand multiplie les investissements logistiques et les services pour séduire plus de marques et doubler ses ventes d'ici à 2020.

Les ambitions du bulldozer Amazon dans la mode obligent Zalando, leader européen des ventes en ligne de vêtements et chaussures, à affiner sa stratégie. Le géant américain de l'e-commerce a fait de l'habillement l'une de ses nouvelles frontières, avec pour ambition de détrôner Zalando et de devenir numéro un sur le Vieux Continent. La menace se rapproche: fin 2015, Amazon, déjà numéro trois européen, détenait 5,9 % des 37,6 milliards d'euros du marché des chaussures et du prêt-à-porter en ligne en Europe de l'Ouest selon Euromonitor. Pas très loin derrière Zalando et ses 7,4 %.

L'allemand est bien décidé à défendre ses positions et à continuer à avancer à grands pas. Fort de 20 millions de clients actifs, il a atteint 3,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2016, en hausse de 23 % sur un an. Zalando vise une croissance de 20 à 25 % cette année et prévoit de doubler son chiffre d'affaires d'ici à 2020.

«Nous avons une forte croissance, mais nous nous considérons encore comme petits, avec 1 % de part de marché des ventes de mode en Europe»

Rubin Ritter, coprésident du directoire de Zalando

«Nous avons une forte croissance, mais nous nous considérons encore comme petits, avec 1 % de part de marché des ventes de mode en Europe, confie Rubin Ritter, coprésident du directoire de Zalando. Nous avons le potentiel pour atteindre un jour 5 %.» Pour y parvenir, Zalando multiplie les investissements logistiques. En ouvrant des centres d'expédition intégrés dans le plus de pays possible - comme en France depuis mars - il va raccourcir les délais de livraison pour les clients des 15 pays qu'il livre en Europe et proposer de nouveaux services aux marques et vendeurs tiers. Ces derniers pourront désormais utiliser les services d'expédition et de retour de Zalando.

Une offre clés en main proposée depuis longtemps par Amazon, et destinée, pour Zalando, à conquérir davantage de marques sur sa place de marché. Elle est encore très petite comparée aux ventes que Zalando réalise avec des marques qu'il sélectionne et vend sur son site tel un grand magasin digital. 2000 marques sont ainsi vendues par Zalando qui leur achète des stocks, contre 170 sur sa place de marché. Cinq, dont le géant danois du prêt-à-porter Bestseller (Vero Moda, Only, Jack&Jones, Selected...) viennent de souscrire à son offre de logistique clés en main.

Avec un tel service, Zalando veut séduire de nouvelles marques. Il s'agit de composer une offre à la pointe des tendances, pour rivaliser avec d'autres sites de mode plus petits qu'Amazon, tels les anglais Asos et Bohoo. Ces derniers donnent aussi du fil à retordre à Zalando. Asos, qui a réalisé l'an passé 1,6 milliard d'euros de chiffre d'affaires, en hausse de 26 %, espère doubler son activité en Europe, d'ici trois à cinq ans.

Prix juste et marques propres

La concurrence des déstockeurs en ligne, Vente-privée et Showroomprivé est aussi surveillée avec attention par le site allemand. Pour se différencier, Zalando mise sur une offre «à prix juste» des collections les plus récentes. Un gage de nouveauté, côté clients, et de marges meilleures, côté marques, alors que bien des e-commerçants incitent à multiplier les promotions pour écouler les stocks plus vite.

Pour compléter les assortiments et proposer des prix plus accessibles, Zalando a, comme Amazon, développé 17 marques propres (Mint&Berry, Zign, Kiomi...), qui assurent plus de 10 % du chiffre d'affaires du site allemand. Aux styles très variés, elles sont créées en interne par des stylistes. Mais, pour mettre les collections en ligne rapidement, au plus près des tendances, ces stylistes ne créent pas toutes les lignes de A à Z. Ils partent parfois de vêtements «échantillons» achetés tout faits auprès de fabricants, et les réinterprètent au gré de couleurs, matières et détails de leur choix.

«La particularité de Zalando est de proposer un catalogue de marques très large. Même des griffes premium comme Pierre Balmain ou Versace nous font confiance»

Delphine Mousseau, vice-présidente en charge des marchés chez Zalando

Ce positionnement qualitatif a permis à Zalando de séduire des marques aussi diverses qu'Adidas, Nike et le label pour jeunes Weekday (groupe H&M), mais aussi Sandro et The Kooples, griffes haut de gamme accessibles qui refusent encore d'être vendues sur Amazon. The Kooples n'exclut toutefois pas de s'allier à l'avenir avec son rival américain.

«La particularité de Zalando est de proposer un catalogue de marques très large. Même des griffes premium comme Pierre Balmain ou Versace nous font confiance», souligne Delphine Mousseau, vice-présidente en charge des marchés chez Zalando. À l'arrivée, «nous cultivons notre différence, nous n'avons pas plus de 20 % de références en commun avec un vendeur en ligne comme Amazon», ajoute Jonathan Trepo, ex-directeur multicanal chez The Kooples, directeur général de Zalando France.

Une start-up transforme le lait périmé en textile



Anke Domaske a créé QMilk et travaille avec vingt fermiers en Allemagne qui lui vendent chaque année mille tonne de lait. - Crédits photo : Qmilk/Qmilk



Entreprises | Par Geneviève Spicer

Mis à jour le 23/06/2017 à 17h09

Pour aider une proche malade, une jeune biologiste et styliste allemande a inventé un procédé pour créer un tissu doux à partir de lait périmé.

Par Sparknews - Allemagne

Shakespeare parlait du « lait de la tendresse humaine ». C'est une certaine tendresse - ainsi qu'une insatiable curiosité - qui a conduit une jeune Allemande, microbiologiste et styliste, à créer un tissu à base de lait, proche de la soie, qu'un parent malade puisse porter.

Une technique simple et éco-responsable

En 2009, à 26 ans, son beau-père a été atteint d'une leucémie. « Son système immunitaire étant très faible, il ne pouvait rien porter car sa peau réagissait à toutes les matières», explique la jeune entrepreneuse depuis son usine de Hanovre. La plupart des tissus contiennent en effet des produits chimiques, résidus de la culture et du traitement des fibres textiles. La production de coton, par exemple, représente 35 % de l'utilisation mondiale d'insecticides et de pesticides, selon WWF.

« On nous a dit d'utiliser des produits chimiques pour y arriver plus vite. Mais je voulais uniquement des produits naturels »

Anke Domaske et quelques amis ont acheté pour 200 dollars de lait et d'ustensiles de cuisine. Et les expériences ont débuté, avec pour point de départ une technique des années 1930 pour créer des fibres en caséine, la protéine du lait. «Nous avons testé plus de trois mille recettes», dit-elle. Obtenir un tissu qui ne se dissout pas dans l'eau a pris neuf mois. Les critiques ont fusé, se souvient Anke Domaske: «On nous a dit d'utiliser des produits chimiques pour y arriver plus vite. Mais je voulais uniquement des produits naturels.»

Son processus, breveté, est simple: prenez du lait, laissez-le tourner, séchez-le pour obtenir une poudre de protéine comme celle utilisée par les athlètes, mélangez-la à de l'eau et à d'autres ingrédients naturels, extrudez le tout pour dégager une substance duveteuse comme une boule de coton, puis filez-la. Anke Domaske n'utilise que du lait périmé et précise qu'il ne lui faut que deux litres d'eau pour créer un kilo de tissu, qui se vendra 27 dollars environ.

En raison des normes sanitaires, d'énormes quantités de lait sont gaspillées dans le monde. Les éleveurs allemands en jettent près de 2 millions de tonnes par an - de quoi remplir 770 piscines olympiques. QMilk, qui travaille avec vingt fermiers en Allemagne, en achète chaque année mille tonnes, pour 4 cents le litre. Anke Domaske ne divulgue pas ses résultats financiers mais dit avoir reçu plus d'un millier de marques d'intérêt pour la fibre QMilk depuis son lancement en 2011, avec dix employés et un investissement initial de 6 millions de dollars.

Papier toilette haut de gamme

Au centre de la ligne de production, une extrudeuse de onze mètres tire de longs fils, comme une machine à spaghettis. Anke Domaske aime fourrer un fil dans sa bouche pour montrer aux visiteurs l'innocuité de la matière. Le tissu, soyeux au toucher, est efficace contre les bactéries, biodégradable, lavable en machine. Il réchauffe l'hiver et garde au frais l'été.

Anke Domaske vend des vêtements qu'elle a dessinés elle-même et des rouleaux de tissus destinés aux stylistes. À terme, elle vise également les constructeurs automobiles, les fabricants de meubles et les hôpitaux. Le papetier italien Lucart a même lancé un papier toilette haut de gamme Carezze di Latte, vendu 3 ou 4 dollars le paquet.

Des recherches portent sur les fibres textiles à base d'orange ou de banane. Des millions de personnes pourraient peut-être s'en vêtir un jour.

India can be a reliable sourcing partner for ASEAN: Smriti Irani

Union Minister for Road Transport and Highways Nitin Gadkari said that geosynthetic fibers have huge potential in the construction of roads and ports in the country, adding that it must be cost-effective and done without compromising on quality.

By: **PTI** | Gandhinagar | Published: July 2, 2017 8:44 pm



Elaborating on the existing trade relations with ASEAN, Irani said that in 2016 India's export in textiles and apparels to ASEAN was USD 1203 million. (File/Photo)

India being the largest producer of cotton and jute and the second largest producer of man-made fibre has the potential to act as a reliable sourcing partner for ASEAN, Union Textiles Minister [Smriti Irani](#) said on Sunday. She said there are enormous opportunities for collaboration between India and ASEAN in capacity building, sharing of knowledge and technology, and mutual assistance in education, research and development. Enhancing digital and infrastructure connectivity with ASEAN countries is a major priority for India, she added.

Irani was addressing the ‘Conference on ASEAN India Cooperation’ on the third day of the ongoing Textiles India 2017 Summit at Gandhinagar.

Elaborating on the existing trade relations with ASEAN, Irani said that in 2016 India’s export in textiles and apparels to ASEAN was USD 1203 million.

Export of textiles and apparels to ASEAN comprises 3 per cent of India’s total export to the world.

U Khin Maung Cho, Minister of Industry, Government of Myanmar, outlined the opportunities in textile and apparel sector in Myanmar, offering huge opportunities for Indian business.

Irani said Textiles India has proved that the sector was the sleeping giant that is now roaring as the Make In India lion.

Nine Union ministers shared their thoughts on strategies to transform the country’s textile sector at Textiles India 2017.

Commerce and Industry Minister Nirmala Sitharaman said the industry needs to tap opportunities in both domestic as well as international markets.

She highlighted the importance of interest subvention in lowering the cost of capital for the industry. Sitharaman said that GST is going to be a big blessing for the sector.

Addressing some questions from industry representatives, the ,minister spoke of the need to convert challenges into opportunities, and reminded them that India has taken a principled position to have a duty-free and tariff quota restriction – free relationship and trade with LDCs.

Agriculture Minister Radha Mohan Singh said that natural fibres are the backbone of Indian textile industry. He noted that natural fibre production involves million of farmers and the industries using them create rural jobs.

He said that this is the right time for all stakeholders to discuss and formulate a suitable strategy to increase productivity of all natural fibres.

Union Minister for Road Transport and Highways [Nitin Gadkari](#) said that geosynthetic fibers have huge potential in the construction of roads and ports in the country, adding that it must be cost-effective and done without compromising on quality.

NITI Aayog Vice Chairman Arvind Panagariya said that the textiles and clothing industry has a great potential for creating good jobs.

Usine d'habillement au Bangladesh : l'explosion d'une chaudière fait au moins neuf morts

Publié le 4 juillet 2017

Ce lundi 3 juillet à 19:00, la chaudière de l'usine Multifabs Ltd, située à Gazipur, dans la banlieue de Dhaka a explosé, tuant neuf travailleurs et en blessant une cinquantaine dont certains sont dans un état critique. L'usine approvisionnait une vingtaine d'enseignes, dont Aldi, Lindex, Stockmann ou Takko.

Les explosions de chaudières ne sont pas rares dans l'industrie de l'habillement au Bangladesh.

Multifabs Ltd est une usine couverte par l'**Accord sur la sécurité des bâtiments et la prévention incendie**. Malheureusement, malgré l'insistance du réseau international d'achACT, la Clean Clothes Campaign, l'inspection des chaudières n'a jusqu'à présent pas été intégrée dans l'Accord. Elle n'a pas non plus été ajoutée dans l'**Accord II** annoncé le 29 juin dernier et devant prendre effet et remplacer le premier en Mai 2018.

Face à ce nouveau drame, achACT appelle :

- les signataires de l'Accord à immédiatement intégrer l'inspection des chaudières des usines dans le programme d'inspection de l'Accord pour les 1.650 usines couvertes ;
- le propriétaire de l'usine Multifabs, les enseignes clientes et le gouvernement du Bangladesh à prendre en charge les frais médicaux et l'indemnisation complète des travailleurs blessés et des familles des tués, sur base du schéma d'indemnisation des victimes du Rana Plaza.

achACT et son réseau international suivent de très près cette triste actualité en collaboration avec leurs partenaires sur place.

China's Sinomach merges with state textile giant

Source: Xinhua | 2017-06-29 15:47:37 | Editor: MJ

Xinhuanet App 

BEIJING, June 29 (Xinhua) -- China's State Council has approved a merger between China National Machinery Industry Corporation (Sinomach) and textile giant China Hi-Tech Group Corporation, an official statement announced Thursday.

The textile conglomerate has become a wholly-owned subsidiary of Sinomach, an equipment manufacturing group, and will no longer be directly supervised by the State-owned Assets Supervision and Administration Commission (SASAC), according to the statement released on SASAC's website.

The news brought down the number of central state-owned enterprises (SOEs) to 101. The SASAC has planned to reduce the number of central SOEs to under 100 as part of the ongoing reforms to improve efficiency of the companies.

The merger was in line with the country's aim to raise the competitiveness of SOEs, bringing technology and research capabilities to companies such as China Hi-Tech Group, which is in an industry with shrinking revenues, said Li Jin, chief researcher with the China Enterprise Research Institute. In afternoon trading, the shares of subsidiaries under the two companies soared as investors stay bullish on the synergy that the merger will bring. Jingwei Textile Machinery Company, a subsidiary of China Hi-Tech Group, for example, jumped more than 5 percent on the news of the merger.

Industrial Parks are Agents of Transformation

Fri, Jun 30, 2017 Amen Teferi Features/Articles

Last week, the Industrial Park Development Corporation (IPDC) had organized a grand event to commemorate the full operationalization of phase one of its flagship project -the Hawassa Industrial Park. This event was held on June 20, 2017, with the presence of Prime Minister Hailemariam Desalegn.

Industrial parks development is a key sector in Ethiopia's effort to transform its economy and in curbing the daunting problems unemployment. Industrial parks development has huge impact in speeding up the growth of Ethiopia's economy and in fulfilling its aspiration to become a leading industrial hub in Africa. Industrial parks development will have immense contribution in job creation to the ever-growing youths of the country, especially to those who are graduating every year from the institutions of higher educations.

When this park is fully operational

High-level officials from the Ethiopian Investment Commission (EIC) and the Industrial Park Development Corporation (IPDC) have been busy last week preparing for the grand production inauguration of the flagship, Hawassa Industrial Park. One of the preparations was arranging a briefing for members of the press. The briefing mainly focused on announcing the inauguration Hawassa Industrial Park and alleviating concerns that the Park is discharging waste to the city.

Arkebe Oqubay, special adviser to the prime minister, Fitsum Arega, commissioner of EIC and his deputy Belachew Mekuria have announced that **Arvind Envisol** has already installed a technology that ensures zero liquid discharge to the environment, treating 11 million litter of liquid waste daily.

The Park that rests on 1.4 million square meters has already attracted 18 international and 8 local companies that are engaged in the textile and apparel industry. The producers include **PVH Corp, Wuxi Jinmao Co. Ltd, TAL Apparel, Raymond, and CK**. The eight local investors who have secured entry into the Park will have huge opportunities to learn from the international companies engaged in the textile industries. The 18 leading textile and garment companies are from America, China, India, Sri Lanka.

During the inauguration of the full operationalization of phase one, the guests had highlights on the completion of 15 new sheds. The itinerary of the inauguration also included the laying of a cornerstone for construction of phase two. Besides the CEO forum will be launched.

The Hawassa Industrial Park is located 275 km from Addis in proximity to one of Ethiopia's premium holiday destination, Lake Hawassa. Hawassa Industrial Park is an Eco-Park, centered on the textile and garment products, and it is fully integrated to the city, in collaboration with the newly built Hawassa University.

As an Eco-Park, Hawassa is mostly powered by renewable electricity sources (hydro-electricity). The design and construction of Hawassa is conceived around energy and water conservation principles – including maximization of natural lightning and natural ventilation, fitting of low consumption bulbs, recycling of rain water, and solar powered LED street lights - making it Ethiopia's first major eco-friendly development.

The serviced land with pre-erected factory sheds has made things very easy for investors to go operational as soon as possible. In parallel, the Government of Ethiopia is improving Hawassa's connectivity with the extension of the Addis-Adama highway to Hawassa, the construction of a domestic airport, and the extension of the Addis – Mojo – Djibouti railway to Hawassa.

The Construction the Hawassa eco-industrial park has attracted 18 leading global apparel and textile companies and has consumed more than 250 million USD and built in record time of less than one year. It covers an area of 1.3 million square meters, of which 300, 000 meter square is factory shed build up area. The park have additional area allocated for shared facilities and implement Zero Liquid Discharge (ZLD) that enables to recycle 85 percent of sewerage disposal water and fulfills international standards. It has also accompanied with all government services including One Stop Shop.

At present the industries within the park have created 10.000 jobs, but when the park is fully operational it is expected to create 60,000 jobs in double shift. Upon going fully operational the park will generate huge revenue and it is expected to hit one billion USD from the current 150 million USD per annum from textiles and garment. Moreover, the park will be used as a model for other industrial parks to be built in other parts of the country such as Dire Dawa, Kombolcha, Adama and Mekele.

The Ethiopian Industrial Parks Development Corporation (IPDC) Board Chairperson Dr. Arkebe Oqubay told journalists that the park is a pioneer park and could be a model for other industrial parks which Ethiopia is building now. Dr. Arkebe, who is also Special Advisor to the Prime Minister, said the earning from the textile sector at present is not more than 110 million USD a year.

As a model park, the factories in the park have a convenient environment with access to all necessary infrastructure including power, telecom, water. It was also noted that one-stop shop services established in the park will facilitate the provision of multiple government services to tenants.

Ethiopia also planned to have six industry parks in the coming years and this will boost the manufacturing sector's share in Ethiopia's Growth Domestic Product (GDP) that stood at only 5 percent for many years. If the country is to meet its economic promise and realize the much needed economic transformation it should work hard on developing industrial parks.

Ethiopia with a young labor force of 45 million people has a huge potential in the manufacturing sector. "As annual manufacturing growth currently is 25 percent, in 10 years time, it's projected to increase its GDP share by four fold and it's share in exports to 50 percent," said Arkebe Oqubay.

As Ethiopia wants to become a hub for light manufacturing industries, it has planned to build four industry parks in the next two years investing up to \$500 million in each. Offering cheap labor, improving power supply and transport infrastructure, Ethiopia has made admirable strides to attract low-end manufacturing businesses seeking new factory locations as wages soar in China.

It has so far finalized the construction of the 156-hectare Bole Lemi Industrial Zone south of Addis Ababa. Korean garment-maker Myungsung Textile Company and Taiwan's George Shoe Corporation have operations in the park, which is currently undergoing expansion work. The industrial zones offer land for factories at \$1 per square meter a month, tax holidays for up to seven years and customs and other

services on site for those investing in the nation of about 100 million people. Investors are also attracted because the country benefits from the United States' African Growth and Opportunity Act (AGOA) trade pact allowing duty-free exports to the U.S. market.

Ethiopia wants to shift away from farming and agriculture and sees manufacturing as a vital sector to create jobs and maintain high growth. Hence it has already kicked off the Construction of Adama Industrial Park.

The Industrial Parks Development Corporation (IPDC) of Ethiopia and China Civil Engineering Construction Corporation (CCECC) has concluded an agreement that enables the latter to build the first phase of Adama industrial park at a cost of 125 million US dollars. The Adama industrial park will be erected on 100 hectares of land.

L'Ethiopie inaugure un parc industriel construit par la Chine, dédié au textile et à l'habillement

Par : Lisa | Mots clés : [Ethiopie-Chine-parc industriel](#)
[French.china.org.cn](#) | Mis à jour le 28-06-2017

L'Ethiopie a inauguré mardi la première phase du parc industriel d'Awassa, dédié au textile et à l'habillement.

Construit par la China Civil Engineering Corporation (CCECC), le parc industriel, situé dans la ville d'Awassa, dans le sud de l'Ethiopie, a été achevé en juillet 2016 en un temps record de neuf mois.

S'exprimant lors de la cérémonie d'inauguration lundi, le Premier ministre éthiopien Hailemariam Desalegn a déclaré que le parc industriel d'Awassa pouvait être considéré comme "l'un des bases de l'ambition de l'Ethiopie de devenir une plateforme manufacturière sur le continent africain".

"L'Ethiopie attire d'importants investissements directs étrangers (IDE), malgré le déclin mondial", a-t-il poursuivi.

Dix-huit entreprises ont déjà débuté leurs activités dans le parc industriel et six d'entre elles exportent actuellement leurs produits vers le marché mondial. Dès qu'il sera pleinement opérationnel, le parc devrait recueillir des recettes d'un milliard de dollars par an pour ce pays d'Afrique de l'Est.

Le gouvernement éthiopien prévoit de construire des parcs industriels dans tout le pays afin de créer des emplois et des revenus et de promouvoir le transfert de technologies. La majorité des parcs sont construits par des entreprises chinoises.

La CCECC construit en ce moment un autre parc industriel à Adama, chef-lieu de la région d'Oromia.

L'entreprise a également signé récemment un accord pour construire un parc industriel dans la ville balnéaire de Bahir Dar pour 60 millions de dollars.

Par ailleurs, l'Ethiopian Industrial Parks Development Corporation (IPDC) a annoncé vendredi que deux autres parcs industriels construits par des entreprises chinoises seraient inaugurés le mois prochain.

Le parc industriel de Mekele et le parc industriel de Kombolcha, construits respectivement par la China Communications Construction Company (CCCC) et le CCECC, sont également dédiés au textile et à l'habillement.

Source: Agence de presse Xinhua

Vêtements. Armor-lux à Quimper : « On ne lâche rien ! »

| Publié le 01/07/2017 à 09:01



Michel Guéguen et Jean-Guy Le Floch, dirigeants d'Armor-lux. Le bâtiment administratif en arrière-plan va s'agrandir. | Ouest-France

L'habillement est chahuté par des acteurs comme Primark, spécialiste des prix bas. Comment résistent les historiques ? « La marque et les vêtements professionnels » répond Armor-lux. Entretien avec son PDG, Jean-Guy Le Floch, et Michel Guégen, directeur général.

Les grosses chaleurs ont freiné les ventes ?

Dès qu'il fait chaud, la fréquentation des magasins chute. Nous sommes optimistes, il y a déjà beaucoup de monde en Bretagne. L'été est crucial pour nous. Nos magasins réalisent un tiers de leur chiffre d'affaires entre juillet et septembre. Nous allons au-devant de cette clientèle. Nous venons d'ouvrir un magasin saisonnier à la Pointe du Raz. Un autre ouvrira bientôt à Plozévet sur la route de la pointe. On compte 900 000 visiteurs par an sur ce site.

Le secteur de l'habillement mise de plus en plus sur des prix bas. Zara, H & M, Primark... Comment résister ?

Nous nous positionnons sur le haut de la gamme moyenne. Nos clients sont de plus en plus vigilants sur l'origine du produit. Nous faisons partie des rares fabricants qui assurent une part de leur production en France. Le panier moyen dans nos magasins a tendance à monter. Autour de 100 €, ce qui est élevé. Cela n'empêche pas une politique prudente. Nous poursuivons l'ouverture de magasins. Mais à un rythme moins soutenu.

L'autre point fort du groupe, ce sont les marchés des vêtements professionnels. Armor-lux réussit à se maintenir face aux géants ?

Nous n'avons pas les chevilles qui enflent mais, dans ce secteur, nous sommes les premiers en France. Nous sommes bons en logistique et en fabrication. Nous constatons que les entreprises concurrentes sont moins nombreuses. Les exigences sont très fortes. Il faut livrer les produits nominativement, dans le service du salarié. Pas une seule pièce ne doit se perdre.

La perte du contrat de la police en 2013 est désormais un mauvais souvenir ?

On a bien récupéré. Mais ce marché a été un vrai tremblement de terre pour la profession. Certains opérateurs n'ont pas survécu. Notre partenaire, Noël, à Vitré, a connu une période de redressement judiciaire. L'appel d'offres du ministère de l'Intérieur va être relancé. Beaucoup, comme nous, ne veulent même pas concourir. Ineo-Suez, le gagnant du précédent marché, risque de se retrouver seul en lice.

De nouveaux contrats en vue ?

Nous renouvelons, en l'élargissant à d'autres produits, le contrat avec la RATP. Nous obtenons un contrat avec Eiffage (4 millions par an). Le contrat avec GéoPoste, filiale de la Poste, est prolongé de deux ans et demi et concerne de nouveaux pays (Russie, Pologne). D'autres contrats sont en négociation.

Les axes de développement pour les prochaines années ?

On ne lâche rien. Développer les vêtements professionnels. Amplifier la puissance de la marque. Nous recrutons de jeunes talents. Pour leur faire de la place, nous agrandissons le siège à Quimper.

Le chiffre d'affaires d'Armor-lux est de 95 millions d'euros. Il est réparti entre les marques grand public (50 millions d'euros) et le marché d'entreprises (45 millions). Le groupe compte environ 550 salariés.

Des soldes qui suscitent moins d'attente



Les soldes débutent cette année une semaine plus tard que l'an passé: cela aura permis de vendre à prix plus élevé et un peu plus longtemps les tenues de plein été. - Crédits photo : Jean-Christophe MARMARA/Le Figaro

F Consommation | Par Anne-Sophie Cathala
Mis à jour le 25/06/2017 à 22h21

Pour attirer les clients, des rabais très importants sont en vue, dès le début des soldes, ce mercredi.

Les rabais seront, en ce premier mercredi de soldes, d'emblée, très importants. La deuxième démarque devrait, elle aussi, arriver très vite, dès la semaine prochaine, sans nécessité de troisième ou quatrième salves. Et pourtant, rien ne permet d'assurer que cela suffise à attirer le chaland. Est-il encore possible, pour un commerçant, de «réussir» ses soldes d'été, alors que des promotions, souvent aussi alléchantes, se poursuivent, cette année plus que jamais encore, jusqu'à la veille des soldes, mardi soir?

Le défi est d'autant plus difficile en cet été 2017 que le beau temps a, déjà, incité les consommateurs à augmenter leurs dépenses de mode ces derniers temps. À contre-courant de la baisse continue des ventes depuis plus de huit ans, le mois de mai a agréablement surpris : selon l'Institut français de la mode (IFM), les chiffres d'affaires des distributeurs de prêt-à-porter ont bondi de 7,9 % par rapport à mai 2016, qui avait été marqué par une baisse de 2,4 %. Une embellie doublement étonnante.

Concurrence déloyale

Elle a non seulement dépassé tous les espoirs des commerçants, mais aussi profité à tous: même si elle a été bien plus importante pour les chaînes de grande diffusion (+15,8%), elle a tout de même permis aux magasins indépendants d'améliorer leurs ventes de 2,6 %. Sur les cinq premiers mois de l'année, le bilan global repasse ainsi légèrement dans le vert (+0,6%).

«La saison a été excellente, confirme Agnès Vigneron, directrice des Galeries Lafayette Paris-Haussmann. Mais les soldes restent chez nous un événement très attendu. Moins que par le passé certes, mais un moment important. Nous attendons 100 000 clients quotidiens les premiers jours, du mercredi au premier week-end. Nous réalisons 10 % de nos ventes annuelles lors des soldes d'été.»

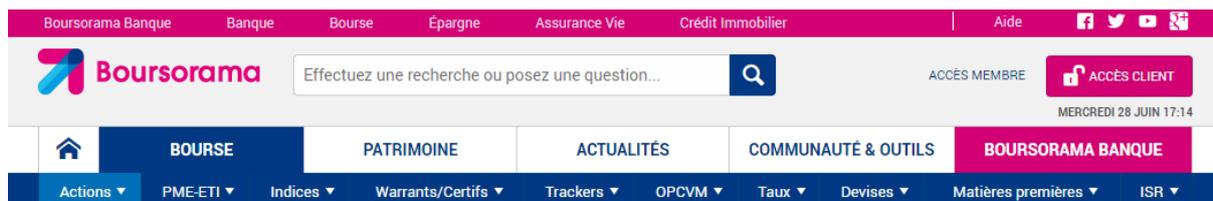
Le rebond des ventes de mode de ce printemps, certains le relativisent cependant et comptent, du coup, encore sur les soldes pour écouler leurs stocks. « Cela va mieux, mais les indépendants restent sur la corde raide, rappelle Bernard Morvan, président de la Fédération nationale de l'habillement (FNH). En effet, pour préserver leur rentabilité, ils ne peuvent se permettre, avant les soldes, de promotionner aussi fortement que les grandes chaînes qui multiplient cette année les ventes soi-disant privées, mais en réalité ouvertes à tous, à forts rabais, jusqu'à la veille des soldes ! C'est de la concurrence déloyale !» tempête-t-il.

Shorts épuisés

De fait, au lieu d'être restreintes aux seuls porteurs de cartes de fidélité, bien des « ventes privées » sont accessibles à tous, via un code réduction donné parfois en ligne, ou sans aucune demande de justificatif. Des enseignes, comme Cyrillus, annoncent d'ailleurs clairement la couleur, invitant à des « Ventes non privées, jusqu'à - 50 % sur vos articles préférés ». Etam propose jusqu'à - 40 % jusqu'à mardi soir en boutique et en ligne moyennant un code partagé à foison.

La chaleur et la date, tardive, des soldes ont aussi pu jouer en faveur des commerçants cette année, les rendant un peu moins anxieux de réussir ou pas les soldes. « En deux jours, j'ai vu s'épuiser mes stocks de shorts et tee-shirts », se félicite un commerçant qui avait été prudent justement, sur lesdits stocks, de peur, comme souvent, d'avoir eu les yeux plus gros que le ventre dans un contexte de déconsommation. Le beau temps puis la chaleur ont incité à l'achat de shorts, tee-shirts, robes légères et autres vêtements estivaux.

La forte demande sur ces articles a même permis à certaines enseignes de parfois faire des promotions moins importantes. Avec à la clé des chiffres d'affaires et des marges gonflés. Le fait, en plus, que les soldes débutent cette année une semaine plus tard que l'an passé aura permis de vendre à prix plus élevé un peu plus longtemps les tenues de plein été. Seuls les magasins et enseignes les plus en forme se le permettent toutefois vraiment à l'arrivée, tant le marché est difficile, tant la concurrence du e-commerce a habitué les clients à ne jamais acheter au prix fort. En 2016, 57 % des ventes de mode en ligne se sont faites à prix barré (en promotion ou solde) contre 41 % en moyenne tous circuits de distribution confondus.



LECTRA : L'événement Fashion 4.0 de Lectra explore l'avenir digital de la mode

Nasdaq le 27/06/2017 à 17:50

L'événement *Fashion 4.0* de Lectra explore l'avenir digital de la mode

Les solutions digitales de Lectra insufflent de l'agilité dans les chaînes de valeur des entreprises de mode confrontées à une nouvelle donne économique et de la consommation

Paris, le 27 juin 2017 - Lectra, numéro un mondial des solutions technologiques intégrées pour les industries utilisatrices de tissus, cuir, textiles techniques et matériaux composites, vient d'accueillir sur son campus technologique de Bordeaux-Cestas plus d'une centaine de professionnels de la mode et de l'habillement, réunis pour réfléchir à la manière dont l'Industrie 4.0 façonne et transforme ces entreprises dans le monde entier.

Cette conférence a réuni des marques et des fabricants pour débattre des défis à relever dans un marché devenu digital et présenter des mesures concrètes permettant de digitaliser la chaîne de valeur. Au cours de deux journées alternant présentations et ateliers, Céline Abecassis-Moedas et Valérie Moatti, professeures, ESCP Europe, ont apporté leur éclairage des modèles novateurs dans la distribution ; Liz Douppnik, responsable contenus stratégiques, Women's Wear Daily, a brisé les mythes et fausses idées sur les *Millennials* ; et Fred Lemoine, directeur général Asie du cabinet de conseil Weave Services, a détaillé les avantages d'une chaîne d'approvisionnement digitalisée. Les participants comprenaient, quant à eux, des marques de tout premier plan, dont H&M, ainsi que le groupe Dayang, l'un des plus importants fabricants de chemises basé à Shanghai.

Lors de cet événement, Lectra a annoncé le lancement de Lectra Fashion PLM 4.0. La solution matérialise l'engagement de l'entreprise à donner le pouvoir à ses clients grâce à la technologie la plus avancée pour accompagner leurs premiers pas dans l'Industrie 4.0. Avec le périmètre fonctionnel le plus étendu du marché, cette plateforme PLM modulaire tient lieu de centre névralgique intelligent et connecté de la chaîne d'approvisionnement digitale de la mode. De la planification et de la création, à la production, elle garantit un flux constant de données fiables entre les équipes, les processus et les technologies, dotant ainsi les entreprises de mode de l'agilité nécessaire pour s'adapter à différents modèles économiques et s'emparer rapidement des tendances.

Prolongeant ce thème, des clients de Lectra ont partagé leur propre expérience de la transformation digitale. Manuel Castaldo, analyste et responsable des achats du grand distributeur italien de *fast fashion* OVS, a souligné l'importance d'identifier les collaborateurs clés qui faciliteront la transition vers le digital : « *Une fois la transformation digitale de votre entreprise décidée, vous sélectionnez non seulement les bons outils, mais également le bon partenaire pour transcrire ces*

changements dans votre travail quotidien, et dans votre activité de demain ». Grâce à la solution PLM de Lectra, OVS a pu améliorer la qualité des informations partagées tout au long de ses processus, impactant positivement le développement produit et la qualité des articles », a expliqué Manuel Castaldo.

Fred Walck, directeur, gestion de projet, Grupo Kaltex, a également expliqué le choix de Lectra par cet industriel mexicain de l'habillement : « *Dans un esprit très Industrie 4.0, en tant que fabricant verticalement intégré, nous étions intéressés par la connexion entre notre chaîne d'approvisionnement physique et notre chaîne d'approvisionnement virtuelle - logiciels, ERP, WRMS. Pour nous, Lectra apporte la solution la plus complète, de bout en bout : une plateforme conçue spécifiquement pour la mode et l'habillement ».*

Lors du discours introductif, Edouard Macquin, directeur commercial, Lectra, a exploré les mégatendances qui chamboulent l'industrie de la mode et démontré comment la vision de Lectra, ainsi que ses solutions digitales dédiées à la mode, aident les entreprises à se mettre au diapason de la quatrième révolution industrielle.

« L'Industrie 4.0 révolutionne non seulement la manière d'opérer des fabricants, mais également le fonctionnement des marques et des distributeurs. L'objectif de Lectra est d'apporter à ses clients la technologie et l'accompagnement dont ils ont besoin pour réussir et prospérer dans ce nouveau marché digital », a conclu Edouard Macquin.

A propos de Lectra

Lectra est le numéro un mondial des solutions technologiques intégrées (logiciels, équipements de découpe automatique et services associés), dédiées aux entreprises qui utilisent des tissus, du cuir, des textiles techniques et des matériaux composites dans la fabrication de leurs produits. Elle s'adresse à de grands marchés mondiaux : la mode et l'habillement, l'automobile, l'ameublement, ainsi qu'une grande variété d'autres industries. Ses solutions métiers spécifiques à chaque marché permettent d'automatiser et d'optimiser la création, le développement des produits et leur production. Forte de plus de 1 550 collaborateurs, Lectra a développé dans plus de 100 pays des relations privilégiées avec des clients prestigieux en contribuant à leur excellence opérationnelle. Lectra a réalisé un chiffre d'affaires de € 260 millions en 2016 et est cotée sur Euronext.

www.lectra.com

Responsable Relations Presse Groupe : Nathalie Fournier-Christol
E-mail : n.fournier-christol@lectra.com
Tél.: +33 (0)1 53 64 42 37 - Fax: +33 (0)1 53 64 43 40

Lectra suit à distance les machines du client

FRANK NIEDERCORN Le 28/06 à 06:00

L'industriel produit des machines de découpe de tissus, cuir et textiles techniques qu'il surveille à distance pour le compte de ses clients.

Lectra, le numéro un pour la découpe de tissus, cuir et textiles techniques, n'est plus seulement un fabricant de machines vendues aux industriels de l'habillement ou de l'automobile, mais un fournisseur de services et de logiciels. Un virage pris dans les années 2000 lorsque, face à son concurrent américain qui délocalise sa production en Chine, l'industriel français décide de la maintenir en France mais aussi de monter en gamme.

Désormais, toutes les machines vendues par l'industriel sont dotées d'environ 200 capteurs et peuvent être suivies à distance depuis l'usine et le centre de recherche de l'entreprise à Cestas (Gironde). C'est le cas de Vector, best-seller de Lectra, vendu à 3.000 unités réparties sur 2.000 sites de production. **« A partir de 2007, la première étape fut de travailler sur la maintenance préventive pour prévenir toute panne et éviter les interruptions de fabrication. C'était de l'Internet des objets avant l'heure »**, dit Frédéric Gaillard, directeur marketing des produits pour la salle de coupe.

L'industriel a rapidement voulu travailler sur le suivi de la qualité du processus. Un point clef avec des machines capables de couper d'un seul coup plusieurs épaisseurs de tissu. **« Ces machines génèrent des flux considérables de données et il ne s'agit pas de tout faire remonter. Cela exige donc un énorme travail de nettoyage, puis d'agrégation et de transformation de ces données. Tout l'enjeu est de transformer l'événement - le plus souvent une combinaison ou une succession**

d'événements - en une information », résume Frédéric Gaillard. Avec des industriels clients parfois fascinés par ces données. « **Il faut faire de la pédagogie pour faire comprendre que l'accès à ces données n'apporte rien en soi sans l'expertise pour les traiter** », insiste Frédéric Gaillard.

Systeme autoapprenant

Lectra, qui a investi 50 millions d'euros ces trois dernières années dans la R&D, a bouleversé son modèle économique. Près de la moitié du chiffre d'affaires (260 millions en 2016) est générée par la vente de logiciels et de services, l'entreprise ayant créé un poste de « chief data officer » entouré d'une équipe de « data scientists ». Elle veut introduire plus d'intelligence dans les machines. « **Nous allons entrer dans l'ère des machines plus intelligentes grâce à des systèmes autoapprenants. Ce n'est pas pour tout de suite** », sourit Frédéric Gaillard.

Frank Niedercorn, Les Echos

Correspondant à Bordeaux

Les fringues d'occasion inondent le marché

Le site Leboncoin.fr propose plus de 3,3 millions de vêtements et 1 million de paires de chaussures sur un total de 27 millions d'annonces mises en ligne fin mai.

LE MONDE ECONOMIE | 29.06.2017 | Par Juliette Garnier

Déballage et remballage. Chaque dimanche, la France vit au rythme des vide-greniers. Sur les stands des vendeurs d'un jour, les portants croulent sous les pièces d'habillement, notamment pour enfants. Même phénomène sur le Net chez les spécialistes de la revente d'occasion. De la mode, Leboncoin.fr a fait sa vitrine : il propose plus de 3,3 millions de vêtements et 1 million de paires de chaussures sur un total de 27 millions d'annonces mises en ligne fin mai. Et cette catégorie demeure l'une des locomotives du site que 26 millions de personnes consultent chaque mois. « Le seul segment du vêtement pour bébé génère près de 1 million d'annonces », précise Antoine Jouteau, directeur général.

« Jouets, puériculture, articles roulants et donc mode enfantine, tout ce qui touche à l'enfant fonctionne très bien sur le marché de l'occasion », note Flavien Neuvy, responsable de l'Observatoire Cetelem, dévolu aux études sur la consommation. Inquiétude des enseignants

A force, les vêtements d'occasion ne risquent-ils pas d'étouffer le marché de la mode enfantine ? « D'après un sondage GFK réalisé en 2017, 20 % des femmes ont déjà vendu un produit d'occasion. Elles sont un peu plus à en avoir acheté », observe Evelyne Chaballier, spécialiste des études économiques sur la mode en France.

Toutefois, il serait fort difficile d'estimer l'impact de ce mode de consommation sur l'activité des enseignes et des marques de mode enfantine. La revente d'occasion ou le don entre fratries, cousins et amis a « toujours existé », rappelle M^{me} Chaballier. Et, malgré l'engouement des Français pour « ce petit jeu amusant de l'achat et de la revente », la mode enfantine est en bonne santé, grâce à la démographie, souligne-t-elle. « Le marché des vêtements pour enfant a progressé de 3,7 % entre janvier et avril 2017, par rapport à 2016, quand le marché lui reculait de 0,6 %, d'après le panel des distributeurs...

Govt to announces package for knitwear industry soon

YarnsandFibers News Bureau, 2017-06-20 14:00:00 - New Delhi



Government in order to provide a level playing field to the knitwear industry will announcing a package for the country's knitwear sector in the next two months. As the knitwear industry is facing tough competition from countries like China owing to factors like lower automation and lack of technology Upgradation.

Secretary in the textiles ministry Anant Kumar said that they met stakeholders on a package for the knitwear sector on June 5 and held consultations on the draft scheme.

They will give a shape to their suggestions and decide on the size of the package. They will announce the package guidelines in two months' time.

The government in June 2016 had approved a Rs 6,006 crore special package for textiles and apparel sector to create 1 crore new jobs in three years, attracting investments of \$11 billion and generating \$30 billion in export. In December, it included the made-ups segment comprising pillows, cushions, etc. in the Rs 6,006-crore package.

Prime Minister Narendra Modi inaugurates Textiles India 2017

July 1, 2017



The

Prime Minister, Shri Narendra Modi addressing the gathering at the inauguration ceremony of the Textiles India 2017, in Gandhinagar, Gujarat on June 30, 2017. Gandhinagar: The Prime Minister Narendra Modi inaugurated Textiles India 2017, India's first ever mega textiles trade fair, being held at Gandhinagar, Gujarat. Addressing the gathering at Mahatma Mandir, Gandhinagar, the PM said that based on Make in India, the textile industry is being infused with the mantras of 'skill,scale,speed' & 'zero-defect, zero-effect'. The PM said that the textile sector offers significant employment opportunities, it being the second largest employer after agriculture. The Prime Minister expressed the hope that Textiles India 2017 helps familiarize global & Indian leaders with India's enabling policy environment, strengths & vast opportunities. The full text of the Prime Minister's address is available [here](#).

The PM had earlier inaugurated the Textiles India exhibition, organized at Helipad Ground, Gandhinagar.

Addressing the gathering, the Union Textiles Minister, Smt. Smriti Zubin Irani said that history will be created in the field of textiles today, with the success of this mega event. The Minister said that Textiles India 2017 gives fillip to Honourable Prime Minister's dream of Make in India. She said that besides seeking to engage participants in conversations leading to strategic partnerships that encourage investments, the mega event seeks also to bring together leaders in the global textile value chain together on one platform, to envision a glorious future for the Indian textiles industry. She informed that global citizens from 106 countries, 15,000 Indian buyers and sellers, 2,500 international buyers, international delegates and representatives and artisans and weavers who enthrall us with their craft have come together under one roof on this occasion.

Smt. Irani said that Textiles India 2017 brings together textiles, traditions and technology. She said it compliments the Prime Minister's desire to strengthen the entire Indian textile value chain, comprising the journey of Farm to Fibre, Fibre to Fabric, Fabric to Fashion and Fashion to Foreign.

Minister of State for Textiles, Shri Ajay Tamta, and Ministers representing Gujarat, Telangana, Maharashtra, Jharkhand, Assam and Karnataka were among several dignitaries who participated in the inaugural session. Governor of Gujarat, Shri O. P. Kohli; Chief Minister of Gujarat, Shri Vijay Rupani, Chief Minister of Andhra Pradesh, Shri N. Chandrababu Naidu and MoS, Textiles, Shri Ajay Tamta addressed the audience. Minister for Irrigation, Handloom and Textile and Sericulture, Government of Assam, Shri Ranjit Dutta; Minister for Textiles, Government of Karnataka, Shri Rudrappa Manappa Lamani and Minister for Cooperation, Textiles and Marketing, Government of Maharashtra, Shri Subash Deshmukh and Chairman, Jharkhand State Gramodyog Board, Shri Sanjay Sheth were also present.

Chief Minister of the host state Gujarat, Shri Vijay Rupani said that Gujarat is fortunate to have gotten the opportunity to host Textiles India 2017. Shri Chandrababu Naidu complimented the Ministry of Textiles for organizing the event, saying that the textiles sector will continue to survive for times to come.

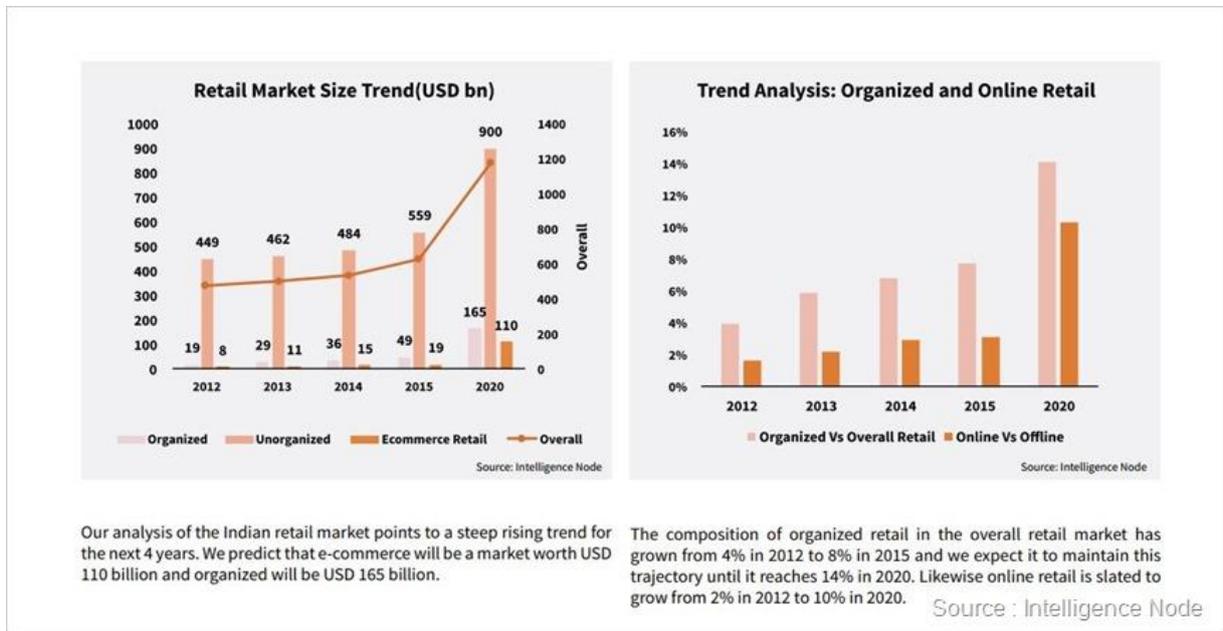
Several captains of the industry were also present on the occasion, including President, US Polo association, Mr. David Cummings; CEO, UK India Business Council, Mr. Richard Heald; MD, Arvind Mills, Shri Sanjay Lalbhai; Chairman and MD, Raymond, Shri Gautam Hari Singhania; Chairman, Aditya Birla Group, Shri Kumar Mangalam Birla and Chairman of Korea Federation of Textile Industries (KOFOTI), Mr. Kihak Sung.



Indian Retail Market Heats Up : USD 1 Trillion By 2020

[Sandeep Agarwal](#) June 28, 2017

India, the second largest market and 3rd biggest economy in the world is again attracting the International Retailers as the taxation and ease of doing business are becoming more favorable for the foreign investors. In 2016, the Indian retail market stood at a whopping **USD 641 billion**. With a compounded annual growth rate of 10 percent, an India Business of Fashion 2017 report estimate that by 2026 the retail market in India will be worth **USD 1.6 trillion**. Retail trade has already been acknowledged as the country’s largest service sector employer. During this year’s budget, the government threw a surprise by declaring 100% FDI in multi-brand processed food retailing. Thus sending a positive sign for global retailers to set up shop in the country. In FY16 32 foreign fashion retailers set up online shops in India, while 22 chose the brick-and-mortar route. It is worth noting that as many as 44% of the foreign fashion online retailers were from the UK. Also, most of the brands which opted to set up stores chose Mumbai and Delhi as their preferred geographies.



What seems to be a positive indication for the Indian market, more than **50 global** retailing chains are set to open approximately **3,000 stores** in India in the next six months, reports The Economic Times. The report cites a data report compiled by Franchise India that has tied up with these 50-plus retailers including 26 Apparel and Lifestyle brands , to help them launch the stores in small and untapped markets in the country. Some of the brands that customers will be able to avail include **Korres**,

Migato, Evisu, Wallstreet English, Pasta Mania, Lush Addiction, Melting Pot, Yogurt Lab and Monnalisa. Some US and Singapore brands will also be a part of the retail chains planning to open stores in the country. The retailers are expected to pump in big investments to open 3,000 stores, in the backdrop of India's expanding economy and improved ease of doing business.

This influx of brands wanting to start businesses in India is due to India's retail market dominance, propelling India to become the "most promising retail market in the world", as per an AT Kearney report. There has been an increasing trend of native retailers failing in their own country, forcing them to explore other beaming markets like the one flourishing in India. The trend of foreign brands opening establishments in India is also due to the government's directive, allowing 100 per cent foreign ownership in business-to-business (B2B) eCommerce organisations

International brands including **Zara, H&M, Mango, Guess, GAP** etc. have made deep inroads in the Indian apparel market. Indian consumers increasingly prefer these brands for their perceived quality, fit and style. Sourcing from India, Bangladesh, Turkey and some other countries, they make an offering which makes it difficult for Indian brands to emulate. On the contrary, Indian brands, such as Fab India, W, BIBA, AND, Allen Solly, Van Heusen etc., which have been quite successful in the domestic market have failed to replicate a similar fan following in the global arena. However, as the size of these brands increase, we can probably see some of them taking international forays. As the image below explains, H&M has already achieved a turnover of USD 75 million in their first year and turned profitable from only 12 stores. They expect to open another 50 stores in next 2 years. Zara is at about USD 140 million, M&S at about USD 120 million and seem to be changing strategies to achieve a better growth like H&M.



Below are some encouraging figures coming from Indian Retail Industry:

1. India has occupied a remarkable position in global retail rankings; the country has high market potential, low economic risk, and moderate political risk .
2. India's net retail sales are quite significant among emerging and developed nations; the country is ranked third (after China and Brazil) .
3. Overall, given its high growth potential, India compares favorably with global peers among foreign investors .

4. With investment of around US\$ 511.76 billion, the first half of 2016 witnessed the highest annual private equity (PE) in the retail sector, since 2008.
5. By 2020, food & grocery segment is expected to account for 66 per cent of the total revenues in the retail sector, followed by apparel segment .
6. Demand for Western outfits & readymade garments has been growing at 40–45 per cent annually.

The Indian retail industry has emerged as one of the most dynamic and fast-paced industries due to the entry of several new players. It accounts for over 10 per cent of the country's Gross Domestic Product (GDP) and around 8 per cent of the employment. India is the world's fifth-largest global destination in the retail space.



E-commerce: Next major growth area in India. The industry is projected to touch USD100 billion by 2020

Sector Advantages



In June 2016, Amazon Inc. announced additional investment of USD3 billion in India operations

E-Commerce

India is expected to become the world's fastest growing e-commerce market, driven by robust investment in the sector and rapid increase in the number of internet users. Various agencies have high expectations about growth of Indian e-commerce markets. Indian e-commerce sales are expected to reach **US\$ 100 billion! by 2020 from US\$ 30 billion in FY2016**. Further, India's e-commerce market is expected to reach **US\$ 220 billion** in terms of gross merchandise value (GMV) and 530 million shoppers by 2025, led by faster speeds on reliable telecom networks, faster adoption of online services and better variety as well as convenience.

Apparel sales has been witnessing a great jump in the last 2 years with lot of mergers and acquisitions happening in the industry. The Bangalore based **Myntra is expected to touch an annual turnover of USD 1.6 billion in 2017-18** surpassing all major brick and mortar retailers. It controls about 60% of online apparel retail market alongwith its subsidiary Jabong. **Amazon is making quick investments** to capture a larger pie of this market followed by **Reliance Ajo** which has been created last year to dive into this fast growing segment of online apparel retail.

Apparel Tie-ups And Investments

With the rising need for consumer goods in different sectors including consumer electronics and home appliances, many companies have invested in the Indian retail space in the past few months.

- US apparel retail major **Gap Inc**, has tied up with Arvind Group's fashion portal NNNow.com to sell its products online, which will help the retailer expand its presence beyond metros and tier-I cities.
- **Adidas India Private Limited**, outlined plans of opening around 30-40 big flagship stores across Delhi, Mumbai and Bengaluru, by 2020.
- **Hennes & Mauritz (H&M)**, the Sweden-based clothing retailer, is in advanced talks with Mumbai-based Prakhhyat Infraprojects Pvt Ltd to lease around

275,000 square feet of space at Bhiwandi, Maharashtra, to set up its first warehousing hub in India.

- **Future Group** has partnered with UK clothing and hardware retailer Laura Ashley to make and sell merchandise as well as wholesale distribution in India.
- **Amazon**, has stated that India continues to be viewed as a long-term opportunity and the company would continue to invest aggressively in Indian operations.
- **Aditya Birla Fashion and Retail Limited (ABFRL)** has announced that it will acquire exclusive online and offline rights of Forever 21, an American fast fashion brand, in the Indian market.
- **Massimo Dutti**, a premium fashion brand from Spain offering sophisticated women wear, menswear, footwear and accessories, has entered India by opening its first store at the Select Citywalk mall in New Delhi.
- **Neil Barrett**, one of the leading Italian fashion brands, has forayed into the Indian market by establishing its retail presence through an exclusive partnership with Fervour, a multi-brand boutique that stocks international designer brands.
- **New York-based designer brand Kate Spade** will be launched in India later this year and will set up a network of stand-alone stores across major cities, thus becoming one more global brand entering the Indian retail space after the Government of India relaxed single brand retail norms recently.
- Gurgaon-based e-commerce firm **Shopclues** has raised US\$ 150 million from Singapore government's GIC and its existing investors Tiger Global and Nexus Venture Partners, at a valuation of US\$ 1.1 billion, thereby becoming the latest among several e-commerce companies from India reaching a billion dollar valuation.
- **Adidas AG**, renowned for its Adidas and Reebok sports brands, has become the first foreign sports company to get government approval to open 100 per cent foreign-owned stores in India.
- **Walmart** India plans to add 50 more cash-and-carry stores in India over the next four to five years.
- **Aeropostale**, an American teen fashion retailer, has chosen to enter India over China, and expects India to be among its top three markets over the next four years with revenue target of Rs 500 crore (US\$ 74.12 million).
- Textile major Arvind Limited has announced a partnership with Sephora, owned by LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, a French luxury conglomerate, in order to enter into the beauty and cosmetics segment.

Government Initiatives

The Government of India has taken various initiatives to improve the retail industry in India. Some of these are :

1. Government of India has allowed 100 per cent Foreign Direct Investment (FDI) in online retail of goods and services through the automatic route, thereby providing clarity on the existing businesses of e-commerce companies operating in India.
2. The Government of Andhra Pradesh signed pacts worth Rs 1,500 crore (US\$ 222.36 million) in a wide range of sectors including retail and steel and gas with

Walmart India, Future Group, Arvind Lifestyle Brands Ltd and Spencer's Retail, during the Partnership Summit in Visakhapatnam, while also unveiling a retail policy aimed to attract retail businesses to invest in the state.

3. The Government has approved a proposal to scrap the distinctions among different types of overseas investments by shifting to a single composite limit, which means portfolio investment up to 49 per cent will not require government approval nor will it have to comply with sectorial conditions as long as it does not result in a transfer of ownership and/or control of Indian entities to foreigners. As a result, foreign investments are expected to increase, especially in the attractive retail sector.

Road Ahead

E-commerce is expanding steadily in the country. Customers have the ever increasing choice of products at the lowest rates. E-commerce is probably creating the biggest revolution in the retail industry, and this trend would continue in the years to come. Retailers should leverage the digital retail channels (e-commerce), which would enable them to spend less money on real estate while reaching out to more customers in tier-2 and tier-3 cities. Both organized and unorganized retail companies have to work together to ensure better prospects for the overall retail industry, while generating new benefits for their customers.

Nevertheless, the long-term outlook for the industry is positive, supported by rising incomes, favorable demographics, entry of foreign players, and increasing urbanization. A number of merger and acquisitions have begun in Indian retail market. PWC estimates the multi-brand retail market to grow to \$220 billion by 2020. A 2012 PWC report states that modern retailing has a 5% market share in India with about \$27 billion in sales, and is growing at 15 to 20% per year. There are many modern retail format and mall companies in India.

Impact on Denim Market

Denim is one of the most robust apparel category in India and India already has the distinction of being the second largest consumer of denim apparel after China currently. The market is expected to keep on growing over 10% p.a over a large base creating a huge market of over 900 million pcs of denim in 4-5 years. Online retail is expected to give a big fillip to the jeans consumption as Online retailers take this segment more and more seriously. Large apparel companies like **Aditya Birla Fashion** are expecting to double the sale of their jeans and other denim apparel in the coming 2 years.

GST- Goods and Services Tax | An Impact

The largest financial reform in India since Independence is kicking off on July 1 creating a single unified market in India controlled under a single Goods and Services Tax. About 15 types of taxes will be done away with and one single tax will be

implemented in its place. This reform will have significant impact on all the businesses in India including the apparel business :

1. **Organized retail will get a big boost** as the implementation of GST will make it important for companies to come into the taxation system. Eg in Denim sector, less than 15% of sales are in organized sector. With the implementation of GST , the organized sector will significantly improve its growth enabling the organized brands and retailers to increase their sales considerably.
2. **Creation of new apparel brands** : As more and more players come from the shadows to the organized segment, the local unknown brands will gain recognition and new brands will be created .
3. **Improved credit availability** : The garment manufacturers will be able to get credit from banks more easily enabling them to buy directly from the source. Financing and risk coverage from the banks would be easier to get enabling credits to be available for longer periods at cheaper rates.
4. **Imports will be cheaper** : This will be a matter of concern for the local industry as imports of apparel and fabrics will get cheaper as the import taxes like CVD will be done away with .

On the whole, there will be huge changes coming in the Indian markets in the coming few months and will set tone for a leap forward for the retail markets in India and apparel would be one of the sectors most benefited with local and international players trying to vie for a bigger pie !



All these researches and potential growth stories made Denimsandjeans India to believe that this is the right time to launch the India's First International Denim & Sportswear Supply Chain show to enable the global apparel industry to see the immense opportunity in the Indian Market . The show is scheduled on September 25-26 at Hotel Lalit Ashok , Bangalore with a theme – DENIM FLEXX MENN . Over 35

International and Domestic Denim Companies will be participating and will be exhibiting their latest collections and innovations . Some of the top international & domestic retailers including Inditex , H&M , Tesco , Levis from Europe and HongKong are expected to visit at the show .For invitations please register at www.india.denimsandjeans.com/invite . For more info , drop a mail at info@denimsandjeans.com .



DENIMS and JEANS.com
INDIA

25TH - 26TH
SEPTEMBER 2017
THE LALIT ASHOK BANGALORE

DENIM FLEXX MENN
The First International Denim Show In India

#denimsandjeans www.india.denimsandjeans.com

Source Of Data

1. <https://www.ibef.org/industry/retail-india.aspx>
2. <http://retail.economictimes.indiatimes.com/news/industry/gst-will-make-indian-retail-sector-more-efficient/58944890>
3. <http://economictimes.indiatimes.com/industry/services/retail/hm-strikes-a-chord-with-indians-turns-profitable-in-just-6-months/articleshow/59327360.cms>
4. <http://economictimes.indiatimes.com/industry/services/retail/over-50-global-retailers-to-enter-india-in-6-months-likely-to-open-about-3000-stores/articleshow/59209775.cms>

Textile: Treading Cautiously

Small companies and traders are still grappling with clarity



29 June, 2017

by Himani Chandna

The business is not doing well for Manish Kumar. In the past two years, he has reduced his workforce from 200 workers to mere 15. He runs an apparel manufacturing unit at Mayapuri, a major hub of small scale industries in West Delhi. Like other owners in the hub, Kumar, too, is concerned about the upcoming GST structure. “The movement of products will slow down. We could lose our competitive edge in the global arena,” says Kumar who runs Himshakti Exports. Under the new provision, a manufacturer should fill a GST form online for transporting goods from godown to factory worth more than Rs 50,000. The goods will not be transported unless it is approved.

Also, industry veterans point out that the fabric manufacturers, who operate under the composition scheme of taxation for which the input tax credit (ITC) is not available

will face challenges as the apparel manufacturers will prefer to deal with GST-compliant fabric suppliers to avail ITC. “We need to find new fabric manufacturers who are GST compliant. Leaving old associations will impact our daily business needs. Also, the wait for approvals will hamper our chances to survive competition from China,” says Kumar.

Moreover, there was no levy of excise duty in textile sector in the past 13 years. The medium and small scale enterprises weren’t dealing with excise duty filing procedure at all. “We need to understand and learn the duty filing procedure. We are happy that government has given us the window of two months for compliance,” says Tony Uppal, promoter of Pee Empro Exports, a garment exporter with annual revenue of Rs 300 crore. While exporters will receive the refunds of the duties filed, manufacturers are anticipating delays in the refund of the duties.

Businesses are hiring people for the accounts department. “There are no other preparations or challenges that we have faced yet. However, with the roll-out of GST we may start facing the shortcomings,” says S.K. Nair, former secretary general of Confederation of Indian Textile Industry. “The industry has put all expansion plans on hold as they want to see how GST rollout will impact their businesses.”

The impact of the GST is likely to be neutral to positive across segments in the textile industry compared to the current tax regime, rating agency ICRA has said. “Considering that the GST rates announced for the textile categories are more or less in line with the existing effective tax rates,” ICRA does not envisage any impact on these product categories.

Large, organised players welcome a pragmatic GST framework for the industry with a tax slab of 5 per cent for fabrics and 12 per cent for branded apparel. They believe, that the GST rate of 5 per cent is apt for the category of readymade garments priced below Rs 1,000. “We have been working closely with our trade and channel partners on GST preparedness for the last six months. Our technology and ERP platforms are being upgraded to manage smooth transition and ensure compliances,” says Sanjay Behl, CEO, Lifestyle Business, Raymond.

Till second week of June, in Surat, the country’s man-made fabric hub, around 65,000 shops, textile markets and powerloom weavers observed a complete bandh. Traders say that there are complexities in the GST rates. However, the industry is now eagerly waiting for GST roll out and it is confident that, in the long term, the tax will create more jobs and value for the industry.



MONDAY, 26 JUNE 2017 12:35

UNIQLO ACCUSED OF RUNNING SWEATSHOPS

Japan's fast fashion brand Uniqlo's supplier factories in China have poor working conditions. As factory workers' base wages are too low to make ends meet, workers have no choice but to work overtime for 112 to 134 hours a month. This violated China's legal upper limit on overtime of 36 hours a month. Women work 11 hours a day and are given only one or two days off in a month. Working hours may stretch from early in the morning until 10 pm or 11 pm.

When workers organized a strike in 2009, the company used gangsters to deal with the striking workers with physical violence. There have also been protests at Uniqlo in Indonesia. The aim was to draw attention to Uniqlo's disregard for the fate of thousands of women who lost their jobs at Uniqlo's former supplier in Indonesia – and are still owed wages and severance payments. Uniqlo was evading accountability for workers who lost their jobs when a factory closed down in early 2015. The closure put 4,000 people out of work and pushed them into a desperate situation.

Fast Retailing claims it is keen on improving employees' working conditions in order to fulfill its responsibility as a global company.

Quand le recyclage des textiles permet de faire des affaires en s'amusant

23 Juin 2017

Lorsque Michihiko Iwamoto travaillait pour une entreprise spécialisée dans le textile, il s'est retrouvé impliqué dans la production de vêtements de travail réalisés avec des fils fabriqués à partir de bouteilles PET. Il s'est alors demandé pourquoi il ne ferait pas tout circuler en ramenant les objets usés à leur état premier et en les transformant en de nouveaux produits destinés à la vente. Il y a 10 ans, Michihiko Iwamoto créait avec un associé « Japan Environment Planning » (« Jeplan Inc. »), une entreprise spécialisée dans le recyclage.

L'entreprise a pour ambition de donner vie à la philosophie d'Iwamoto : prendre plaisir à trouver de nouveaux modèles circulaires. L'entreprise, basée à Tokyo, a élargi ses activités et suscité l'intérêt du public grâce à des projets accrocheurs, comme la création d'une réplique de la **machine à remonter le temps qui s'inspire du grand succès cinématographique de 1985, "Retour vers le Futur"**.

Michihiko Iwamoto, désormais président de l'entreprise, travaillait auparavant comme commercial dans le secteur du textile. Il a commencé à s'attaquer sérieusement au recyclage après l'entrée en vigueur en 1995 de la loi japonaise concernant les emballages. La loi précise le rôle que doivent jouer les consommateurs, les entreprises et les municipalités dans la diminution du volume des emballages, qui représentent environ 60 pour cent des ordures ménagères selon le ministère japonais de l'économie, du commerce et de l'industrie. Les consommateurs trient leurs déchets selon qu'il s'agit de bouteilles, de boîtes de conserve, de bouteilles en PET ou d'autres articles. Les municipalités collectent les déchets à partir desquels les entreprises produisent alors de nouveaux produits.



Michihiko Iwamoto s'est rendu compte qu'il aurait besoin de la collaboration de plusieurs autres entreprises pour réaliser sa vision. Mais comme les grandes entreprises hésitaient à s'impliquer dans des projets qu'elles estimaient trop risqués, il a alors pensé à fonder sa propre entreprise. C'est à cette époque que Michihiko Iwamoto a rencontré Masaki Takao, alors

étudiant de troisième cycle à l'Université de Tokyo, spécialisé en technologie et gestion. À cette époque, le bioéthanol commençait à susciter un intérêt croissant. Masaki Takao était persuadé qu'il était techniquement possible de produire de l'éthanol à partir du coton, l'une des **principales matières premières textiles. Le concept de "Jeplan" était né.**

De nombreuses années se sont écoulées depuis que le concept d'une « société de la circulation des ressources » est né. Pourtant, les avancées concrètes vers ce modèle se font attendre, et, selon Michihiko Iwamoto, « c'est parce que les gens abordent la question sous des angles différents ». « Si Jeplan réussit à tout faire circuler et démontre ainsi sa contribution globale, même à petite échelle, les gens comprendront facilement ce qu'ils font et seront incités à participer, », explique-t-il.

L'un des exemples choisis par “Jeplan” est l'habillement. Le PNUE (Programme des Nations unies pour l'environnement) affirme que « la mode nourrit une industrie en pleine croissance et classe le textile et l'habillement comme la deuxième activité économique mondiale quant à l'intensité des échanges (353 milliards de dollars en 2001) ». 60% des produits textiles dans le monde sont fabriqués en polyester et 30% en coton. Les coûts environnementaux de la production de ces textiles sont énormes, pourtant seul un très faible pourcentage de vêtements usés est actuellement recyclé. “Jeplan” place des cartons de collecte dans les commerces de détail, et les consommateurs y déposent des vêtements destinés à être recyclés. Ces vêtements usagés sont envoyés vers les usines de l'entreprise à Imabari, dans la préfecture d'Ehime. Le coton connaît alors une deuxième vie sous forme d'éthanol, un produit utilisé comme source d'énergie. Jusqu'à présent, le polyester a été transformé dans l'usine d'une entreprise coopérative spécialisée dans le recyclage. Cependant, “Jeplan” devrait pouvoir recycler le polyester cette année dans sa propre usine à Kita-Kyushu, dès qu'elle sera terminée. Cela n'a pas été facile d'obtenir des détaillants qu'ils acceptent de placer des cartons de collecte dans leurs points de vente.

Comme le projet était sans précédent, ils ne l'ont pas tout de suite compris. **“Jeplan” a mis deux ans avant d'obtenir son premier accord, avec le détaillant Ryohin Keikaku Co, qui vend ses produits sous la marque Muji. Depuis lors, le nombre de détaillants qui ont placé des boîtes de collecte dans leurs magasins, ou ont accepté de le faire rapidement, est passé à 70.**

“Jeplan” ne fait pas que recycler des produits, il en développe également de nouveaux. L'un d'entre eux est un parapluie dont les composants en plastique sont remplaçables. Le concept de ce produit se résume en une phrase : « Amusons-nous en remplaçant les morceaux en plastique ! » Cette façon ludique de concevoir des projets se retrouve dans d'autres activités de “Jeplan”. Inspiré par le film “Retour vers le Futur”, dans lequel une voiture qui roule grâce à des déchets, transporte ses passagers de 1985 à 2015. Michihiko Iwamoto a négocié directement avec des compagnies hollywoodiennes et a réussi à mettre en oeuvre un projet commun avec NBC Universal. Il a acheté une voiture DeLorean afin de construire une réplique du véhicule qu'on voit dans le film.

Le 21 octobre 2015, -date du voyage dans le temps qui figure dans le deuxième film de la série- M. Iwamoto a organisé un événement où apparaît la DeLorean qui roule grâce à de **l'éthanol fabriqué à partir des T-shirts**. Avant l'événement, il a parcouru le pays avec une caravane mettant en vedette la célèbre voiture.

Il a autorisé les gens à grimper dans la DeLorean pour être photographiés à condition qu'ils aient fait don de vieux T-shirts, destinés à être utilisés comme carburant pour la voiture. Cet événement a connu un tel succès qu'il a récupéré en moins de trois mois le même nombre de T-shirts qu'il collecte habituellement en un an.

De la collecte au recyclage de matériaux usagés, du développement de nouveaux produits à **l'organisation d'évènements spectaculaires, l'idée de “Jeplan” de « tout faire circuler » continue de grandir.**

Par Noriko Akiyama

THE ASAHI SHIMBUN

Kenya : l'Inde accorde 28,8 millions \$ à la Rivatex pour moderniser son usine textile



- mardi, 20 juin 2017 16:22

(Agence Ecofin) - Au Kenya, l'entreprise textile Rivatex East Africa Limited a reçu une enveloppe de 28,8 millions \$ (3 milliards de shillings) de la part du gouvernement indien afin de moderniser son usine basée à Eldoret, dans la province de la Vallée du Rift, rapporte *Business Daily Africa*.

Pour la réalisation de ces travaux, l'entreprise sera accompagnée par la firme Lakshmi Machine Works (LMW), leader indien de la fabrication de machines textiles. « *La modernisation de notre usine devrait permettre de revivifier l'industrie du textile et du coton au Kenya et de générer des emplois* », a indiqué la compagnie dans un communiqué.

En outre, l'appui financier devrait permettre à l'entreprise qui ne produit actuellement que 10 000 balles de coton par an pour une capacité installée de 70 000 balles, d'accroître sa productivité et de gagner en compétitivité.

Pour rappel, le financement de l'Inde s'inscrit dans le cadre de l'accord signé en juillet 2016 entre l'Export-Import Bank (Eximbank) of India et le Trésor national kényan. Cette entente portait sur l'octroi de lignes de crédit respectivement de 29,95 millions \$ pour la modernisation de la Rivatex et de 15 millions \$ en faveur du développement de petites et moyennes entreprises au Kenya.

Espoir Olodo

Conjoncture industrielle : La production stagne toujours !

Publié par Kawtar Tali

Date : juin 28, 2017



Seule la branche «agroalimentaire» a tiré son épingle du jeu affichant ainsi un carnet de commandes normal. En dépit de cette stagnation, les chefs d'entreprises ayant répondu à l'enquête de Bank Al-Maghrib restent optimistes pour les trois mois à venir. Ils s'attendent globalement à une hausse de la production et des ventes.

La production industrielle serait restée inchangé au mois de mai. C'est ce que révèlent les industriels ayant répondu à l'enquête de conjoncture de Bank Al-Maghrib. Ce constat partagé par 75% des répondants démontre ainsi une stagnation d'un mois à l'autre. La stagnation de la production recouvre une amélioration dans deux branches d'activités contre un repli de deux autres segments. En effet, la production dans la chimie et parachimie aurait progressé dans les principales sous-branches à l'exception de la «fabrication d'autres produits minéraux non métalliques» où elle aurait affiché un repli. Il en est de même pour la branche «mécanique et métallurgie».

La production sur ce segment aurait connu une amélioration, et ce dans les principales sous-branches. **En revanche, les industriels opérant dans le textile et cuir ont témoigné d'un mois difficile. Leur production a connu un repli au mois de mai. Cette baisse**

recouvre un repli dans l'«industrie textile» et dans l' «industrie de l'habillement et des fourrures» et une amélioration dans l' «industrie du cuir et des chaussures». La production de la branche électrique et électronique a également connu un ralentissement au cinquième mois de l'année.

L'enquête de Bank Al-Maghrib démontre par ailleurs que le taux d'utilisation des capacités s'est situé de 60%. Ce taux est resté inchangé pour l'industrie agroalimentaire (70%). Il aurait baissé de 3 points pour le textile (68%) et d'un point pour l'industrie électronique (82%). Le taux d'utilisation des capacités s'est établi à 49% pour la parachimie et 68% pour l'industrie mécanique. En termes de ventes, une stagnation a été relevée couvrant une baisse sur le marché local et une hausse sur le marché étranger. Ceci se confirme au niveau de toutes les branches industrielles. A titre d'exemple, le repli des ventes dans la branche «Cuir et textile» reflète la diminution dans l'«industrie textile» contre une progression des expéditions de l'«industrie du cuir et de la chaussure» et dans l'«industrie de l'habillement et des fourrures». Pour l'industrie mécanique, la stagnation des ventes recouvre une amélioration dans le «travail des métaux» et dans l'«industrie automobile» et un repli dans la «métallurgie».

La banque centrale relève dans son enquête une stabilisation des commandes. Le carnet de commandes s'est situé au titre du cinquième mois de l'année inférieur à la normale et ce dans l'ensemble des branches. Seule la branche «agroalimentaire» a tiré son épingle du jeu affichant ainsi un carnet de commandes normal. En dépit de cette stagnation, les chefs d'entreprises ayant répondu à l'enquête de Bank Al-Maghrib restent optimistes pour les trois mois à venir. Ils s'attendent globalement à une hausse de la production et des ventes. Des anticipations formulées par les agro-industriels et chefs d'entreprises opérant dans les industries électroniques. En revanche, les chefs d'entreprises de la branche «textile» s'attendent à une stagnation de la production tandis qu'un quart des patrons d'entreprises déclare ne pas avoir de visibilité quant à l'évolution de son activité. De même, la moitié des industriels opérant dans la chimie et parachimie n'a pas de perspectives quant à l'évolution future de la production et des ventes. En outre, les professionnels de l'industrie mécanique s'attendent à une stagnation de la production et des ventes.

Textile. Un écosystème Maroc-Portugal-Espagne en préparation

Par N. F.

Lundi 19 juin 2017 à 15h01



L'idée est de réussir un ancrage à la péninsule ibérique au niveau de la fast-fashion. Le Maroc sera ainsi une arrière base industrielle, le Portugal apportera le savoir-faire technique et l'Espagne la créativité. Les textiliens marocains devront d'abord convaincre les Portugais avant de vendre le projet aux Espagnols.

"Il s'agit d'un projet sur lequel nous travaillons depuis octobre 2016. De la même manière que nous avons pu relier Tanger à l'Espagne, pour ce chantier nous souhaitons avoir comme centre de gravité la région de Fès-Meknès", nous confie Mohamed Tazi, DG de l'Amith (association marocaine des industries du textile et de l'habillement).

Février 2017, une première rencontre a eu lieu avec le président du centre technologique mode portugais (Citev) considéré comme une référence à l'échelle européenne. "Nous préparons ensemble une mission de Networking prévue pour début juillet", ajoute M. Tazi.

L'idée est de sonder d'abord les Portugais. "C'est l'un des rares pays textile en Europe qui affiche des taux de croissance annuels de 15% ces cinq dernières années", explique le DG de l'Amith.

L'Espagne viendra dans une deuxième étape, après avoir convaincu le Portugal.

Dans la réalité, il s'agit plus de l'institutionnalisation et de la montée en charge d'un système qui existe déjà, **"le bloc Espagne-Portugal-Maroc"** étant à l'origine de 60% des livraisons au groupe **Inditex**", comme l'a précisé Karim Tazi, président de l'Amith.

"L'écosystème opère déjà à travers des super agrégateurs portugais et espagnols qui sont présents au Maroc. L'objectif est de formaliser cet écosystème, lui donner plus de vigueur", ajoute pour sa part Mohamed Tazi.

L'installation formelle de cet écosystème permettra d'attaquer des marchés inaccessibles individuellement.

Il favorisera l'implémentation d'un modèle de fonctionnement à la turque ou à la chinoise à travers l'émergence de nouveaux acteurs dits locomotives grande vitesse amont et d'agrégateurs industriels de dimension internationale. La captation de ces acteurs facilitera au Maroc un accès plus aisé aux marchés d'Europe du Nord, des Etats-Unis et de la CEDEAO.



Amazon à l'offensive dans l'habillement

L'e-commerçant permet à ses clients d'essayer les vêtements avant de les acheter.
LE MONDE ÉCONOMIE | 22.06.2017 à 11h37 | Par Jérôme Marin (San Francisco, correspondance)



Dans sa bataille contre le commerce physique, Amazon pense avoir trouvé la solution à l'absence de cabine d'essayage. Mardi 20 juin, l'e-marchand américain a annoncé le prochain lancement d'un nouveau service permettant à ses clients d'essayer des vêtements avant de les acheter. « Une menace supplémentaire pour les grands magasins et les enseignes de prêt-à-porter », estime Craig Johnson, président du cabinet de recherche Customer Growth Partners.

Avec ce programme, baptisé Prime Wardrobe, les acheteurs potentiels pourront commander entre trois et quinze articles (vêtements, chaussures ou accessoires de

mode à choisir parmi un catalogue contenant plus d'un million de références, dont des produits Calvin Klein, Levi's, Lacoste et Adidas), expédiés dans une boîte pouvant être réutilisée. Ils disposeront ensuite d'un délai d'une semaine pour décider lesquels conserver.

Les autres devront être renvoyés à Amazon, grâce à une étiquette d'expédition prépayée présente dans le colis. La facturation n'interviendra qu'à ce moment-là. **Pour limiter les retours, l'entreprise va offrir des remises : – 10 % sur la commande si le client garde trois ou quatre articles et – 20 % s'il en garde cinq ou plus. Une phase de tests est actuellement en cours aux Etats-Unis. Amazon n'a pas précisé la date de l'ouverture publique.**

Offensives pour attirer les marques

Le concept **n'est pas nouveau. Il a déjà été mis en œuvre par les start-up américaines StitchFix et TrunkClub.** Mais le géant de Seattle va lui donner une tout **autre ampleur. Prime Wardrobe sera en effet disponible gratuitement pour l'ensemble des abonnés à l'offre Prime (Premium en France),** qui permet, pour 99 dollars (88 euros) par an, de bénéficier de la livraison gratuite en deux jours ou encore **d'accéder à un catalogue de films et de séries en streaming. Selon les estimations, Amazon compterait entre 60 et 80 millions d'abonnés aux Etats-Unis.**

THE EXPRESS TRIBUNE > BUSINESS

Textile millers now warn of protest in Islamabad as exports fall

By Our Correspondents

Published: June 18, 2017



None of the CPEC projects was export-specific, which should be a cause for concern because Pakistan's imports were rising while exports were on the wane. PHOTO: FILE

LAHORE / KARACHI: Pakistan's textile exports are going to fall further in coming months if the government is unable to address internal challenges that are behind the deterioration in overseas shipments, warns All Pakistan Textile Mills Association (Aptma) Regional Chairman for Sindh and Balochistan Asif Inam.

“Considering the problems the textile industry is facing, we have decided to stage protest in Islamabad after Eid,” Inam said while talking to reporters at the Aptma House on Saturday.

Aptma, which is among most powerful business lobbies in Pakistan, has been consistently demanding that the government implement the Rs180-billion export growth package announced in January 2017.

Analysts were optimistic that the growth package would pacify the textile exporters and they would be able to boost their exports. However, an increasingly confrontational tone of Aptma indicates that the influential lobby is not at all satisfied with the current situation.

Pakistan’s textile exports slipped 0.92% year-on-year to \$10.29 billion in the first 10 months (July-April) of the current financial year, according to data compiled by the Pakistan Bureau of Statistics.

Though textile exporters have been complaining non-stop and seeking incentives, the government has further enraged them by increasing the turnover tax from 1% to 1.25% in the federal budget for 2017-18.

Aptma people at the press conference decried that the government’s policy of withholding sales tax refund claims of exporters was proving deadly because it was causing severe liquidity crunch for them.

“We are taking expensive loans from banks to meet our liquidity needs, but the government is not releasing our sales tax refunds on time,” said Fawad Anwar, Managing Director of Al Karam Textile Mills – one of the country’s leading composite mills. The textile millers urged the government to implement the sales tax zero-rated regime in its true spirit. They also called for protecting the domestic industry from large-scale imports of textile products from India and China.

They argued that none of the China-Pakistan Economic Corridor (CPEC) projects was export-specific, which should be a cause for concern because Pakistan's imports were rising while exports were on the wane.

Meanwhile, Aptma Chairman Aamir Fayyaz launched a protest drive aimed at restoring viability of the textile industry.

Protesters in Aptma offices in Lahore, Karachi, Multan, Faisalabad and Peshawar chanted slogans against what they said was the hostile attitude of government policy-makers, saying the anti-industry, anti-investment and anti-export behaviour was detrimental to the viability and sustainability of textile industry in Pakistan.

Banners reflecting the worst condition of the textile industry and placards carrying slogans against Finance Minister Ishaq Dar were displayed on the occasion. The protesters also burnt Indian yarn and fabric outside the Aptma office in Lahore.

"Mere announcements will not help increase exports unless words are translated into deeds," the Aptma chairman remarked while referring to the export growth package.

He cautioned that Pakistan's trade deficit was swelling to \$32 billion with imports rising to \$52 billion compared to exports of less than \$20 billion in the current financial year.

"Besides the growth strategy and release of refunds, the government should remove surcharges from the electricity tariff that cannot be exported to the international market," he said, adding the government should also supply both domestically produced gas and imported liquefied natural gas (LNG) at Rs400 per million British thermal units without levies and the gas infrastructure development cess.

Published in The Express Tribune, June 18th, 2017.

Tunisie-Marchandises turques: Les commerçants en profitent, l'industrie et l'agriculture en pâtissent

TAP | Par Amal Hjjiba Publication: 02/07/2017 15h33 CEST Mis à jour: 02/07/2017



ÉCONOMIE-Théières, bols en plastique, verres en cristal, plateaux en cuivre et inox, jouets, produits alimentaires et d'hygiène, sont autant de marchandises "made in Turkey", qui ont largement trouvé leur place sur les étalages de marchés tels que celui de la Cité Ettahrir et aussi dans les rayons des grandes surfaces en Tunisie.

"Des marchandises de bonne qualité par rapport aux produits chinois et moins chers que les produits tunisiens", résume Salah Brahmi, un commerçant cinquantenaire, installé, depuis longtemps, au marché Ettahrir.

Assis à côté de son étalage, où peu de produits tunisiens sont exposés, le commerçant semble satisfait puisque les "affaires prospèrent et la clientèle est là. Les feuillets trucs diffusés sur les chaînes de télé tunisiennes ont fait leur effet. Nous vendons plus grâce à ces séries qui font la promotion de l'industrie et du tourisme turcs".

Montrant du doigt une cocotte-minute turque à 150 dinars, alors qu'une cocotte-minute tunisienne coûte 300D, étant de meilleure qualité, il explique à l'agence TAP, qu'un trousseau de mariage peut coûter à une jeune fille 20 mille dinars, si elle le constitue

uniquement de produits tunisiens, alors qu'elle peut acheter tout ce dont elle a besoin à seulement 4 mille dinars, avec des produits turcs.

L'agriculture, un autre secteur touché par l'invasion des produits turcs

Les marchés tunisiens ne sont pas inondés uniquement, de produits électroménagers et de vêtements turcs, mais aussi, de produits agroalimentaires, dont les graines blanches de tournesol qui ont remplacé les graines noires de tournesol, du terroir. Pourtant, ces graines dites glibettes, vendues grillées avec très peu d'huile et salées, constituent des sources de revenus pour plusieurs agriculteurs dans la région de Béja. La culture du tournesol est, également, une pratique très bénéfique pour la culture céréalière, dans la mesure où elle aide à fertiliser les terres, à travers la technique de l'assolement.

Naceur Amdouni, céréaliculteur dans la région de Béja et également président de l'Union Régionale de l'Agriculture et de la Pêche (URAP) est opposé l'importation de graines de tournesol de Turquie. "Les agriculteurs de Béja et de la localité de Mateur, à Bizerte ont subi d'énormes pertes, suite à l'importation des graines de tournesol blanches. Les superficies cultivées en tournesols ont drastiquement baissé de 24000 hectares, à seulement 4000 hectares et les jours de travail ont chuté de 96%, passant de 180 mille à 6 000 jours)".

"Pourquoi nuire à une culture bénéfique à la terre et aux agriculteurs par l'importation de ces graines ?", s'interroge le céréaliculteur, qui pourtant, encourage l'importation de machines agricoles turques parce qu'il les trouve "conformes aux normes européennes et à la portée des agriculteurs".

La Tunisie importe, aussi de la Turquie des presses à huile, des filets anti-grêle, des emballages d'exportation....et même un autre produit très prisé par les tunisiens, les figes séchées.

Pourtant le pays est en mesure de produire des figes séchées, de meilleure qualité. Samia, fonctionnaire dans une entreprise publique a l'habitude de les acheter à 10 dinars le kilo. "J'ai remarqué, ces derniers jours que ce produit a totalement disparu de nos commerces, cédant la place à des 'figes turques', vendues au double du prix, à presque 20 dinars, le kilo".

La jeune dame estime que c'est une aberration. "C'est une politique qui relève de la colonisation industrielle progressive de la Tunisie", lance-t-elle, révoltée.

Abdelkhalek Ajlani, membre du bureau exécutif de l'UTAP, chargé du partenariat, de l'exportation et de la coopération internationale, estime "qu'il ne faut pas s'inquiéter de l'importation des fruits secs venant de la Turquie, mais plutôt des tomates et piments venant de Libye via les circuits de la contrebande". Il a rappelé, dans ce contexte, que l'accord conclu avec la Turquie ne concerne pas les produits agricoles mais plutôt le textile habillement.

La Tunisie et la Turquie ont signé, en novembre 2004, un accord relatif à la création d'une zone de libre échange. Cet accord, entré en vigueur en juillet 2005, a permis un échange commercial d'une valeur de 1 milliard de dollars. Aujourd'hui, le déficit commercial avec ce pays est l'un des plus élevés. Selon l'Institut National de la Statistique (INS), le déficit s'est aggravé, au cours des 5 premiers mois de 2017, avec la Turquie, pour atteindre 817,2 millions de dinars.

Ajlani évoque le souci du contrôle sanitaire des produits importés, relevant que les importations de produits agricoles, doivent être soumises, à un contrôle sanitaire strict, pour éviter la transmission de maladies telles que le feu bactérien, une maladie qui affecte les poiriers et les pommiers.

Fermeture d'usine à cause de l'envahissement des vêtements "made in Turkey"

Sameh trabelsi, âgée de 45 ans, propriétaire d'une petite usine de textile sise à Ksar Said se plaint des importations turques qui ont rivalisé avec ses articles vendus sur le marché local et entraîné la baisse de ses commandes auprès des grossistes.

Le femme d'affaires qui a une expérience de 17 ans dans le secteur de textile, s'est trouvée dans l'obligation de fermer son usine qui employait 25 ouvrières, à cause de l'envahissement des vêtements s turcs. Elle évoque les agissements des grossistes qui "ont jugé opportun d'aller faire du tourisme en Turquie et de développer, en même temps leur commerce avec ce pays, en vue d'écouler la marchandise turque sur le marché local".

"Depuis l'entrée du prêt-à-porter "made in Turkey" sur le marché tunisien, notre industrie est bloquée, alors que leurs prix sont plus chers que les notres et de même qualité. A titre d'exemple, un pull-over provenant de Turquie est vendu à 60 dinars, alors que celui fabriqué en Tunisie, l'est à 35 dinars".

Sameh n'a pas perdu espoir pour autant et a relancé depuis quelques mois, son activité de création et de confection d'articles de prêt-à-porter en coton, dans l'espoir de voir son industrie destinée au marché local, prospérer de nouveau.

De son coté, Mehdi Abdelmoula, président de la chambre syndicale nationale des chaines des magasins d'habillement, n'est pas favorable à la révision de l'accord de libre échange entre la Tunisie et la Turquie, dans le domaine du textile-habillement, mais estime nécessaire de réfléchir aux moyens d'accéder à ce marché de 80 millions d'habitants, qui ont un pouvoir d'achat deux fois supérieur au notre et même plus.

"La Tunisie peut profiter du savoir-faire turc dans le domaine du textile, à travers la diplomatie économique, en encourageant des investissements mixtes, notamment pour l'ouverture d'usines de fabrication de tissus en Tunisie, destinés à être exportés vers d'autres pays".

Il cite l'exemple de l'Etat algérien qui s'est associé avec un grand groupe turc spécialisé dans le domaine du textile, pour la création d'un complexe industriel (confection, fabrication de tissu, centres de formation...), moyennant un investissement de 200 millions euros et qui permettra de créer 20 mille emplois.

Pour Abdelmoula, l'industrie textile turque est plus compétitive que la Tunisie, parce que le taux de rendement moyen de l'opérateur turc (90%) est plus élevé que celui tunisien (65%). "Le secteur du textile était au cours des années 90 plus développé en Tunisie qu'en Turquie mais ce pays a réalisé plus d'avancées que nous, grâce à la mise en place d'une approche stratégique incitative qui a favorisé une intégration du secteur et une proximité de toutes les activités annexes (tissu, accessoires, impression....)".

"Les problématiques du secteur en Tunisie sont dues à des facteurs liés aux phénomènes d'absentéisme, et de manque de productivité. Il y a un problème de mentalité qui n'est pas orienté vers le travail. Il s'agit également de problèmes relatifs au manque de la main d'œuvre, à sa qualification, à la formation, à l'intégration de toute la filière, ainsi que à la commercialisation et au développement de nouveaux marchés d'exportation".

"Si la Tunisie a choisi d'être un pays de textile, il faut avoir une réflexion profonde sur le secteur, à travers un changement de l'implantation géographique des zones du textile et des centres de formation ainsi qu'à une intégration du secteur. Le gouvernement doit traiter les problèmes du secteur et prendre de vraies mesures pour sa relance".

"Je ne dirais pas qu'il faut préserver l'industrie locale mais il faut préserver l'économie dans son ensemble, y compris l'industrie, la distribution et les services et non l'industrie uniquement au détriment de commerçant ou de l'importateur qui est aussi un opérateur économique", conclut -il.

La violation des droits des travailleurs est systématique en Tunisie selon un rapport de la confédération syndicale internationale

Publication: 15/06/2017 16h49 CEST Mis à jour: 15/06/2017 16h49 CEST



La Tunisie fait partie des pays où la violation des droits des travailleurs est systématique selon un [rapport publié par la Confédération syndicale internationale \(CSI\)](#), confédération de centrales syndicales nationales, dont chacune rassemble des syndicats dans son pays.

Sur une échelle de 1 à 5 en matière de violation des droits des travailleurs -1 représentant une violation sporadique des droits et 5 étant l'absence total de droit- la Tunisie obtient la note de 4, représentant une violation systématique des travailleurs, au même titre que l'Argentine, le Brésil, les États-Unis, la Jordanie, le Royaume-Uni et de nombreux pays africains.

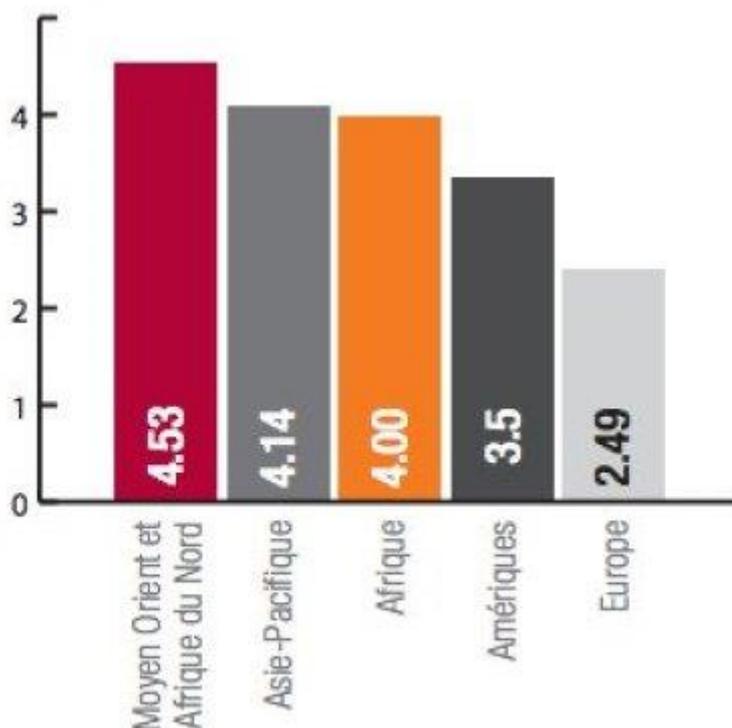
Parmi les affaires retenues comme violation systématique des droits des travailleurs en Tunisie selon CSI figure l'affaire Walid Zarrouk, "leader du syndicat de la police incarcéré pour diffamation", mais également la répression des mouvements sociaux principalement ceux de Kasserine.

Pour les pays classés dans la catégorie 4, "les travailleuses et les travailleurs (...) ont signalé des violations systématiques. Les pouvoirs publics et/ou les entreprises s'efforcent vigoureusement de faire taire la voix collective des travailleurs, ce qui menace constamment les droits fondamentaux de ces derniers" indique le rapport.

Au Maghreb, le Maroc est classé dans la catégorie 3 où les violations des droits est régulière. L'Algérie est pour sa part placée dans la catégorie 5 où "les droits ne sont pas garantis"

Selon le rapport la région MENA est la pire région au monde en matière des droits des travailleurs, et où la note moyenne est de 4,5 à cause "des conflits et à un effondrement de l'État de droit, notamment en Palestine, en Syrie, en Irak et en Libye, de sorte qu'aucune garantie des droits fondamentaux au travail n'est possible".

"Le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord restent des zones dangereuses pour les syndicalistes en termes de violence, d'arrestations arbitraires et de détentions injustifiées. Une fois de plus, il s'agit de la pire région au monde pour les travailleuses et les travailleurs. Dans de nombreux pays de la région, le simple fait d'être un syndicaliste rend impossible l'exercice de liberté syndicale dans la pratique" note le rapport.



CSI

Afin de parvenir à son classement, la CSI "recense et documente les violations des droits collectifs du travail internationalement reconnus, commises par des gouvernements ou des employeurs. Nous envoyons un questionnaire à 340 syndicats nationaux de 163 pays et leur demandons de notifier toutes les violations des droits des travailleurs, en indiquant tous les détails nécessaires".

Top 10 des pires pays pour les travailleurs

Selon cette étude le Qatar, les Émirats arabes unis, l'Égypte, les Philippines, la Colombie, le Kazakhstan, la Corée du sud, la Turquie, le Bangladesh et le Guatemala sont les pays qui protègent le moins les travailleuses et les travailleurs.

La situation au Qatar est inquiétante selon la CSI: "Toute la main-d'œuvre migrante, soit plus de deux millions de travailleurs, est toujours exclue des droits à la liberté syndicale et à la négociation collective, et que les syndicats sont toujours interdits" note le rapport.

Idem aux Émirats Arabes Unis où "les droits à la liberté syndicale et à la négociation collective continuent d'être refusés à tous les travailleurs des Émirats arabes unis, mais cela concerne surtout les travailleurs migrants qui forment environ 90% de la main-d'œuvre".

Dans les autres pays, de nombreux événements ont fait peser une grande pression sur les syndicalistes. Assassinats, tribunaux militaires, ou menaces sont leur lot quotidien.



WEDNESDAY, 21 JUNE 2017 11:51

US REVIEWS AGOA BENEFITS

The US is reviewing trade benefits to Rwanda, Tanzania and Uganda under the African Growth and Opportunity Act (AGOA) after a complaint by US interests about an East African ban on imports of used clothing.

The review was in response to a petition filed by the Secondary Materials and Recycled Textiles Association (SMART), which complained that the ban imposed significant hardship on the US used-clothing industry and violated AGOA rules.

Through the review, the US will assess the allegations contained within the SMART petition and review whether Rwanda, Tanzania, and Uganda are adhering to AGOA's eligibility requirements.

The move follows a decision by the six-nation East African Community - Kenya, Uganda, Rwanda, Burundi, Tanzania and South Sudan - to fully ban imported second-hand clothes and shoes by 2019, arguing it would help member countries boost domestic clothes manufacturing.

AGOA provides eligible sub-Saharan countries duty-free access to the United States on condition they meet certain statutory eligibility requirements, including eliminating barriers to US trade and investment, among others.

US AGOA imports from Rwanda, Tanzania, and Uganda totaled 43 million dollars in 2016, up from 33 million dollars in 2015. US exports to Rwanda, Tanzania and Uganda were 281 million dollars in 2016, up from 257 million dollars the year before.



MONDAY, 26 JUNE 2017 12:40

US JEANS SALES UP FOUR PER CENT

The US women's and men's jeans market has rebounded after facing recent challenges, pushing up sales four per cent in 2016. However, while men are shopping for older styles, latest styles drive women's sales.

Denim manufacturers and retailers are realizing the importance of striking a balance between giving consumers the features they know and love, and introducing them to some new elements. Women's jeans introduced to the market within the past two years make up almost 70 per cent of the units sold in 2016 and nearly all the dollar gains for the year.

Older product offerings for women launched in 2013 or earlier retained 19 per cent of the units sold. However, these products were responsible for more than a third of the dollar losses for the year. Meanwhile men are still warming up to comfort stretch and new cuts. Most of the jeans sold for men in 2016 were older products that entered the market in 2013 or earlier. This was likely a factor why the men's denim market grew at a slower rate than the women's market.

Denim products introduced in 2016 were a much smaller portion of the men's market but generated almost three-quarters of the dollars gained in the same year.

VN apparel industry lacks ‘supplier punch’

Update: June, 30/2017 - 10:49



Vinatex targets higher profit in 2017 despite the difficulties forecast for both domestic and global markets. — Photo vinatex.com.vn

[Việt Nam News](#)

HÀ NỘI — Vinatex, the nation’s premier garment and textiles group, is targeting an increase in profits this year despite the difficulties forecast for both domestic and global markets.

At its annual general meeting on Thursday, the Việt Nam National Garment and Textile Group (Vinatex), said it expects combined pre-tax profits of VNĐ749 billion (US\$33 million) this year, up 9.6 per cent year-on-year. It estimates total revenues at VNĐ16 trillion, down 3.1 per cent from last year.

Revenues of the parent company alone are set at VNĐ1.8 trillion and pre-tax profits at VNĐ345.9 billion this year, respectively up 37.9 per cent and 22 per cent year-on-year.

The group expects to pay a dividend of 6 per cent this year.

Last year was a difficult one for Việt Nam’s apparel industry with its main markets like the United States, European Union and Japan all experiencing lower import growth.

The Brexit vote and the US Presidential election also had negative impacts on the country's apparel exports, said Vinatex general director Lê Tiến Trường. He said annual apparel imports of the United States decreased 4.8 per cent last year, and that of Japan and South Korea dropped by 1.7 per cent and 4 per cent, respectively.

In addition, major textile exporting countries devalued their currencies at a high rate (about 10 per cent), while the Vietnamese *đồng* depreciated by just 1 per cent, which made the country's garment products more expensive than those of its rivals.

Many foreign investors who invested in production in Việt Nam with the hope of reaping Trans-Pacific Partnership (TPP) benefits began to cut orders and move back to their factories.

The pressure to find new customers and alternative orders at Vietnamese enterprises was huge last year, Trường said.

Despite these troubles, Việt Nam's textile exports saw an annual expansion of 5.42 per cent in 2016, the highest among the apparel exporting countries. Growth rates in major markets remained positive, including the United States (5.03 per cent), EU (5.78 per cent) and Japan (4.9 per cent).

Vinatex reported total 2016 revenues of more than VNĐ16.5 trillion, up 1.1 per cent year-on-year, while the group's pre-tax profit was VNĐ683.5 billion, up 0.9 per cent over the previous year.

Not proactive

Trường also pointed out shortcomings and weaknesses among the Vietnamese garment companies, saying they were not proactive in searching for new customers and markets.

Local businesses were mainly signing contracts with intermediary agents without directly contacting big customers, he said. More importantly, Vietnamese companies are unable to exercise any 'supplier power' to influence the decision of buyers, and are easily replaced by other suppliers, he added.

Weak corporate governance and business links among local manufacturers have also reduced the country's strength in international markets.

Trường said Vinatex's first-half business was "similar to 2016" but did not give specific numbers.

Vinatex has registered with the Ministry of Industry and Trade an export growth rate of 10 per cent, equivalent to a turnover of \$30 billion, this year. He said the Government has agreed to continue reducing State holdings in the group and will eventually transfer Vinatex to the State Capital Investment Corporation (SCIC) or to a newly-established committee. — VNS

Le Vietnam dope son commerce avec la Russie et le Bélarus

26/06/2017 16:12

Le Vietnam a renforcé son commerce avec la Russie et le Bélarus où se rendra cette semaine le président de la République, Trân Dai Quang, près d'un an après l'entrée en vigueur de l'accord de libre-échange avec l'Union économique eurasiatique (UEEA).



Le prêt-à-porter est un produit d'exportation phare du Vietnam vers le Bélarus. Photo : Trân Viêt/VNA/CVN

Durant le premier trimestre de cette année, le Vietnam a exporté 416,7 millions de dollars de biens vers la Russie, en hausse de 23,2% comparé à la même période de 2017, a fait savoir le ministère vietnamien de l'Industrie et du Commerce.

L'an dernier, les échanges commerciaux entre les deux pays ont grimpé de 25% pour atteindre 2,7 milliards de dollars.

À l'exception des exportations de fer, d'acier, et de café, d'autres marchandises, comme machines et équipements, outils et accessoires, produits textiles et d'habillement, essence et pétrole, friandises et céréales ont connu des progressions notables.

En 2016, les échanges commerciaux entre le Vietnam et le Bélarus se sont chiffrés à 94,5 millions de dollars. Au premier trimestre de cette année, ils ont atteint 37,7 millions de dollars.

Le Vietnam exporte pour l'essentiel produits aquatiques, meubles, vêtements, chaussures, riz, caoutchouc, noix de cajou, poivres, cacahouètes, thé, légumes en conserve, ordinateurs vers le Bélarus d'où il importe engrais, machines, équipements, pièces détachées automobiles et produits chimiques.

L'accord de libre-échange entre le Vietnam et l'UEEA (comprenant la Russie, le Kazakhstan, le Bélarus, l'Arménie et le Kirghizstan), pourrait tripler les échanges commerciaux bilatéraux par rapport à 2014, à 12 milliards de dollars en 2020, selon les estimations de l'UEEA.

La valeur des exportations textiles vietnamiennes vers l'UEEA devrait augmenter de 50%, a prédit Ivan Gumnikov, représentant du Service commercial de Russie au Vietnam.

Au total, 938 entreprises vietnamiennes écoulent leurs produits vers l'UEEA, essentiellement produits aquatiques, café, caoutchouc, thé, riz, poivre, la noix de cajou, textile et chaussures, selon l'Agence du commerce extérieur du ministère vietnamien de l'Industrie et du Commerce.

FENC counts on Vietnamese plant

By Kuo Chia-erh / Staff reporter

Textile maker Far Eastern New Century Corp (FENC, 遠東新世紀) yesterday said it expects Vietnam to become its third-largest production base after a capacity expansion project is completed in 2020.

“Revenue generated at the Vietnamese plant is likely to take up 30 percent of the firm’s total sales over the next three years, up from less than 5 percent at present,” a company official who declined to be named said by telephone.

The forecast is in line with the company’s business strategy to reduce reliance on its two major production bases, Taiwan and China, the official said.

Taipei-headquartered FENC reported NT\$132.4 billion (US\$4.36 billion) in revenue last year, down 0.4 percent from 2015.

Revenue from Taiwanese plants takes up nearly 60 percent of the firm’s total sales, while the Chinese plants contributes 40 percent, company data showed.

Aided by expanded capacity in Vietnam, revenue generated in Taiwan is expected to account for 40 percent of total sales in 2020, with sales from China taking up 30 percent, FENC said.

The capacity expansion is aimed at creating a complete supply chain for fabrics and garments in Southeast Asia, and is projected to cost more than US\$700 million, it said.

The company, which manufactures a wide range of petrochemical and textile products, has an annual production capacity of nearly 2 million dozen garments in Vietnam, company’s data showed.

As part of the expansion plan, a new plant that makes knitted fabrics began operations this quarter, while several new factories making polyester garments are set to start production by the end of next year, it said.

The 66-year-old company also expects that the launch of several high-end products could drive sales growth in the near term.

FENC is considering expanding production capacity of several nylon products used to manufacture car airbags and seatbelts as it eyes the growing automotive safety components market, the company official said.

It is also planning to raise the capacity of polyester staple fiber for diapers and sanitary products at its Taiwanese and Chinese plants.

Shareholders on Wednesday approved the firm's proposal to pay cash dividends of NT\$0.8, based on last year's earnings of NT\$6.3 billion, or earnings of NT\$1.26 per share.

The company is a subsidiary of Far Eastern Group (遠東集團), which also operates department stores and mobile services businesses in Taiwan, including Far EasTone Telecommunications Co (遠傳電信).

FENC's assets total nearly NT\$520 billion, including reinvestments in other affiliated units within the group.

The polyester and textiles businesses accounted for 28 percent of the firm's total assets last year, while reinvestments and its real-estate sector contributed 42 percent and 30 percent respectively, data showed.



IMF Executive Board Completes the 2017 Article IV Consultation with Vietnam

July 5, 2017

On June 7, 2017, the Executive Board of the International Monetary Fund (IMF) concluded the Article IV Consultation with Vietnam.ⁱⁱⁱ

Vietnam's dynamic economy continues to perform well, aided by sound economic fundamentals. Growth moderated to 6.2 percent in 2016, reflecting the impact of a drought and land salinization on agriculture and lower oil production. Weakness in the oil sector continued in the first quarter of 2017, but the underlying growth momentum remains robust underpinned by strong manufacturing activity and foreign direct investment (FDI), robust domestic demand, and a rebound in agricultural production. Inflation rose to around 5 percent in early 2017 due to increases in administered prices for health care and education. The current account surplus rebounded in 2016 to 4.1 percent of GDP, and gross international reserves rose substantially.

The authorities are developing a broad reform agenda, keenly aware of the limited fiscal space, the need to upgrade the growth model at home, and rising risks of economic fragmentation abroad. After years of high fiscal deficits and rising public debt, the authorities are planning an appropriate amount of fiscal consolidation starting this year, although concrete measures have not yet been fully identified. Monetary policy was accommodative over most of last year against the backdrop of low core inflation, and the exchange rate has depreciated slightly since the fall of 2016. Macprudential policies were tightened, while credit growth was robust. Bank reforms have progressed, but nonperforming loan (NPL) resolution, bank recapitalization, and legal reforms to strengthen market discipline have been sluggish. Good progress has been made on the legal framework for SOE reforms, but implementation has been slow. The authorities are planning to limit the role of the state in the economy, reduce state ownership in enterprises and encourage private sector-led sustainable growth.

For 2017, growth is projected at 6.3 percent and headline inflation is projected to stabilize at around 5 percent as administered prices continue to be adjusted. The current account surplus is expected to decline somewhat, reflecting stronger imports. While the near-term outlook is positive, there are downside risks including from high public debt, slow NPL resolution, tighter global financial conditions, shocks to external demand, and rising protectionism and the failure of the Trans Pacific Partnership. On the upside, successful **implementation of the authorities' ambitious** reform agenda could raise growth potential and increase resilience to shocks. Fast implementation of the Vietnam-EU and other bilateral trade agreements would fuel exports and FDI.

Executive Board Assessment²²

Executive Directors commended the Vietnamese authorities for achieving robust growth with low inflation, pushing ahead with important reforms to promote private sector-led growth, strengthening the public finances and tackling legacy issues in the financial sector while making progress on poverty alleviation. Directors noted that risks remain from the slow pace of banking sector reform, continued rapid credit growth and limited fiscal and external buffers. Looking ahead, they encouraged the authorities to expand the scope of reforms to safeguard hard-won macroeconomic stability, raise growth potential and upgrade the growth model to enhance sustainability and productivity.

Directors considered the tightening of the fiscal stance as appropriate and welcomed **the authorities' intention to ensure that consolidation is growth-friendly**. They also concurred with the intention to reduce the deficit to 3½ percent of GDP by 2020 and to maintain public debt below the legal limit of 65 percent of GDP. Directors stressed the importance of revenue-enhancing measures, including unifying VAT rates, higher excise and environmental protection taxes, and a property tax. They also stressed the need to reduce exemptions and incentives and improve tax administration. Reforms to raise cost recovery in public services are welcome but need to ensure equity, protect the poor, and raise service quality. Directors encouraged civil service reforms to reduce the public sector wage bill and improvements in public spending efficiency to create room for priority infrastructure and social spending.

Directors noted that monetary policy should remain on hold but be alert for signs of rising core inflation. They stressed that vigilance would be needed to contain rapid credit growth and credit allocation made more market-based, which would improve its efficiency in supporting growth. Directors underscored that a modernization of monetary policy management, including greater exchange rate flexibility and a gradual shift to using inflation as the nominal anchor, will enhance resilience to external shocks. They noted **Vietnam's strong external position and called for policies** over the medium term to gradually reduce the imbalance through stronger domestic demand and investment, a lower saving rate and greater exchange rate flexibility.

Directors welcomed progress made in banking sector reforms to address impaired assets and increase provisioning. They stressed that the pace of reforms should be accelerated and their scope broadened to include development of a legal framework for bank resolution, strengthening of the Vietnam Asset Management Company, and implementation of further reforms to strengthen debt enforcement and market discipline. Enhancing the AML/CFT framework and its effective implementation will also support financial stability.

Directors welcomed ongoing structural reforms and underscored that Vietnam will need to build a sustainable, modern economy before the demographic tailwinds fade. For this, more extensive policy action is needed to reform institutions and raise potential growth. Reforms of the state-owned enterprise sector and improved outcomes from vocational and tertiary education will also be critical. Directors commended the authorities for ratifying the Paris Agreement and for putting climate change and implementation of the Sustainable Development Goals at the core of their policy agenda. They stressed that higher environmental taxes and better pricing

of externalities in the energy sector can help promote a green, more resilient economy.

Vietnam: Selected Economic and Financial Indicators, 2012–2018

				Est.	Projections		
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Output							
Real GDP (percent change)	5.2	5.4	6.0	6.7	6.2	6.3	6.3
Prices (percent change)							
CPI (period average)	9.1	6.6	4.1	0.6	2.7	4.9	4.8
CPI (end of period)	6.8	6.0	1.8	0.6	4.7	5.0	4.5
Core inflation (end of period)	5.8	4.6	2.7	1.7	1.9
General government finances (in percent of GDP) 2/							
Revenue and grants	22.6	23.1	22.2	23.7	23.2	23.2	23.1
<i>Of which:</i> Oil revenue	3.8	3.4	2.5	1.6	0.9	0.8	0.8
Expenditure	29.5	30.5	28.5	30.0	29.8	29.0	28.9
Expense	20.4	21.6	20.4	21.7	22.1	20.8	21.0
Net acquisition of nonfinancial assets	9.1	9.0	8.1	8.2	7.7	8.2	7.9

Net lending (+)/borrowing(-) 3/	-6.9	-7.4	-6.3	-6.2	-6.6	-5.8	-5.8
Public and publicly guaranteed debt (end of period)	47.9	51.8	55.1	58.3	62.4	63.3	64.3
Money and credit (percent change, end of period)							
Broad money (M2)	18.5	18.8	17.7	16.2	18.4	18.1	17.4
Credit to the economy	8.7	12.7	13.8	18.8	18.8	17.1	16.9
Interest rates (inpercent, end of period)							
Nominal three-month deposit rate (households)	8.3	6.9	5.0	4.8	4.9
Nominal short-term lending rate (less than one year)	12.4	9.7	8.5	7.2	7.2
Balance of payments (inpercent of GDP, unless otherwise indicated)							
Current account balance (including official transfers)	6.0	4.5	4.9	-0.1	4.1	2.7	2.0
Exports f.o.b.	73.6	77.4	80.8	84.6	87.7	90.0	91.8
Imports f.o.b.	68.0	72.3	74.3	80.8	80.8	83.5	85.6
Capital and financial account	5.6	0.2	2.9	0.5	5.0	-0.2	0.8
Gross international reserves (inbillions of U.S.dollars) 4/	25.4	26.0	34.3	28.4	36.7	42.2	48.6
In months of prospective GNFS imports	2.2	2.0	2.4	1.9	2.2	2.3	2.4

Total external debt (end of period)	37.4	37.3	38.3	43.1	47.8	49.5	51.0
-------------------------------------	------	------	------	------	------	------	------

Nominal exchange rate (dong/U.S. dollar, end of period)	20,825	21,105	21,385	22,485	22,770
---	--------	--------	--------	--------	--------	-----	-----

Nominal effective exchange rate (end of period)	86.4	88.3	94.0	97.6	98.2
---	------	------	------	------	------	-----	-----

Real effective exchange rate (end of period)	108.9	116.1	123.6	128.7	132.8
--	-------	-------	-------	-------	-------	-----	-----

Memorandum items:

GDP (intrillions of dong at current market prices)	3,245	3,584	3,938	4,193	4,503	4,965	5,486
--	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

GDP (inbillions of U.S.dollars)	155.6	170.6	185.9	191.5	201.3	215.4	232.7
---------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Per capita GDP (in U.S.dollars)	1,753	1,902	2,049	2,088	2,173	2,301	2,460
---------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Sources: Vietnamese authorities; and IMF staff estimates and projections.

1/ The national accounts has been re-based to2010 from1994 by the authorities.

2/ Follows the format of the Government Finance Statistics Manual2001

3/ Excludes net lending of the Vietnam Development Bank.

4/ Excludes government deposits.

[1] Under Article IV of the IMF's Articles of Agreement, the IMF holds bilateral discussions with members, usually every year. A staff team visits the country, collects economic and financial information, and discusses with officials the country's economic developments and policies. On return to headquarters, the staff prepares a report, which forms the basis for discussion by the Executive Board.

[2] At the conclusion of the discussion, the Managing Director, as Chairman of the Board, summarizes the views of Executive Directors, and this summary is transmitted to the country's authorities. An explanation of any qualifiers used in summings up can be found here: <http://www.imf.org/external/np/sec/misc/qualifiers.htm>.



Entre Lectra et le Vietnam, c'est une histoire qui dure. Le groupe français, spécialiste mondial du découpage automatique pour la mode, l'ameublement et l'automobile, est implanté dans ce pays depuis 20 ans à travers les services d'un agent, la société Ly Sinh Cong Trading Service Company (LSC).

Un bon début mais, pour développer le CA sur place, il fallait aller plus loin. «Nous avons ouvert une filiale à Hô-Chi-Minh-Ville qui reprend les collaborateurs de LSC. C'était un processus naturel, avec un directeur général en poste depuis 6 mois», indique Edouard Macquin, DG de Lectra. Avantage ?

«Mieux développer la relation avec nos clients». Le choix du Vietnam n'est pas un hasard. «C'est l'une des économies les plus dynamiques de l'Asie du Sud-Est, avec une population plutôt jeune et bien formée». Ce pays s'affiche surtout comme un hub incontournable de la production électronique et textile, les groupes textiles chinois s'implantant désormais au Vietnam pour bénéficier de coûts de production moins élevés.

Avec l'ouverture de sa filiale vietnamienne, le groupe français veut «augmenter son CA qui progresse constamment depuis 20 ans avec un portefeuille de 150 clients. Nous souhaitons aussi accompagner nos clients, à l'origine installés en Chine, dans ce pays». En Asie, le groupe français dispose également de filiales au Bangladesh, au Cambodge, en Chine, en Corée du Sud, à Hong Kong, en Inde, en Indonésie, au Japon...

La création d'une filiale vietnamienne permet «de mettre en place des projets d'envergure et de nouer des affaires avec de grands groupes pour multiplier notre activité sur les 5 prochaines années», espère Edouard Macquin. Mais attention : le DG sait «que le Vietnam n'est pas un pays sans risque en raison de la complexité administrative et douanière, sans compter que le gouvernement peut changer les règles du jeu». D'où l'importance «d'avoir un management local et une forte présence de collaborateurs vietnamiens».

Textile - habillement : le Vietnam vise 31,3 milliards de dollars d'exportations

22/06/2017 16:12

Le secteur du textile - habillement devrait rapporter au Vietnam 31,3 milliards de dollars en 2017, +11% en glissement annuel, contribuant à 16% des exportations et employant 2,5 millions de personnes.



À l'intérieur de la Compagnie du textile - habillement de Huê.

Photo : Quốc Viêt/VNA/CVN

L'information a été communiquée lors d'une séance de travail tenue le 20 juin entre un groupe de travail du Premier ministre et le groupe de textile - habillement du Vietnam. Dans les chiffres ci-dessus, le groupe du textile - habillement du Vietnam contribuera de près de 3 milliards de dollars.

Selon le ministre Mai Thiên Dung, chef du Bureau gouvernemental, le groupe du textile - habillement du Vietnam devra continuer de promouvoir les activités de production et d'affaires, accélérer les projets d'investissement, l'innovation technologique, la réforme administrative, notamment l'actionnarisation des entreprises...

Selon ce groupe, le secteur du textile national fait encore face à de grands défis. La Chine demeure toujours un concurrent de poids et seules quelques entreprises nationales participent à la chaîne d'approvisionnement mondiale avec des parts de marché modestes. L'industrie auxiliaire sous-développée, le manque de ressources humaines de qualité, les coûts de production élevés... sont aussi des faiblesses.

L'industrie du textile du Vietnam est en concurrence féroce avec d'autres pays, non seulement sur la qualité, les prix, les délais de livraison, mais aussi sur les conditions de protection de l'environnement demandées par les clients.

Afin de renforcer leur compétitivité, les entreprises textiles nationales seront obligées de se concentrer sur les quatre valeurs fondamentales que sont productivité, qualité, économie d'énergie et protection de l'environnement.

La croissance des exportations du secteur textile reste volatile

MERCREDI 5 JUILLET 2017 - 15:27:56 [IMPRIMER](#)



Photo : internet

Hanoï, 5 juillet (VNA) – Les exportations des articles textiles et d'habillement du Vietnam au premier semestre ont augmenté de 11,3% en un an pour s'établir à 14,58 milliards de dollars. Cependant, les experts ont estimé que la croissance n'est pas encore inscrite dans la durée.

Le Tien Truong, directeur général adjoint du Groupe du textile et de l'habillement du Vietnam (Vinatex), a déclaré que ces résultats témoignaient des efforts du secteur textile et de l'habillement dans le contexte de l'instabilité économique mondiale.

"La demande en produits textiles et d'habillement d'importateurs clés comme les

États-Unis, l'Union européenne (UE) et le Japon a diminué au premier semestre. Cependant, les exportations de ces produits du Vietnam vers ces marchés ont enregistré des résultats solides", a déclaré Le Tien Truong.

Il a déclaré que le pays avait réalisé 6 milliards de dollars d'exportations vers les États-Unis (en hausse de près de 9%), 2,3 milliards de dollars vers l'UE (+8%) et 1,5 milliard de dollars vers le Japon (+12 %).

Le Vietnam a dépassé ses concurrents dans la croissance des exportations des articles textiles et d'habillement au cours des six premiers mois de l'année. Selon la Carte commerciale (Trade Map), la Chine a observé une baisse de plus de 5% en glissement annuel, tandis que le Bangladesh a affiché une baisse de 3,5%, et l'Indonésie, de 5%.

Cependant, la politique de protectionnisme commercial de l'administration américaine Donald Trump et l'ajustement des taux d'intérêt de la Réserve fédérale américaine menacent la durabilité de la croissance des exportations. "Il existe une grande possibilité que les concurrents du Vietnam dévaluent davantage les monnaies nationales pour soutenir les exportations comme elles l'ont fait en 2016", a déclaré M. Truong.

Une des difficultés pour le secteur du textile et de l'habillement du Vietnam provient des concurrents étrangers, en particulier la Chine avec une production à grande échelle et de faible prix de revient. Devant la tendance à l'intégration mondiale, les entreprises vietnamiennes doivent rejoindre la chaîne d'approvisionnement mondiale avec des exigences de qualité, de prix et de délai de livraison.

D'autres difficultés s'expliquent par les mauvaises orientations du secteur, qui entravent un développement à long terme des entreprises locales. La pénurie de ressources humaines de haute qualité, l'accès difficile aux capitaux, les faiblesses dans le marketing, les technologies arriérées, les coûts élevés des matières premières... pèsent également sur le secteur.

Le secteur du textile et de l'habillement a recommandé aux autorités compétentes d'aider les entreprises à mettre en œuvre les programmes de formation professionnelle, à renouveler les technologies, à accéder aux capitaux... afin qu'elles puissent se développer. -VNA

Last update 18:03 | 30/06/2017

Vinatex invests in technology to expand market share

The Vietnam National Textile and Garment Group (Vinatex) must innovate its technologies as soon as possible in order to increase its market share, said Le Tien Truong, the group's General Director, at its share-holders' meeting held in Hanoi on June 29.



Vinatex will focus resources on investing in technology during the 2017-2020 period

Therefore, during the 2017-2020 period, Vinatex will focus resources on investing in technology, Truong affirmed. According to him, the world economy is likely to grow by 2-3 percent this year, while the world demand for garment and textiles may recover slightly, at about 0.5 percent.

In addition, the US may adjust up import taxes on commodities from China, including garment and textiles, which can be a positive sign for Vietnam's garment and textile export by expanding its market share in the US. However, the Vietnamese garment sector is facing fierce competition in attracting orders as domestic businesses are unable to provide package services and face difficulties in meeting importers' shipping requirements. The country's major competitors such as China, India, Bangladesh, and Indonesia continue attracting a lot of orders thanks to their preferential policies on tax and exchange rate, while the European Union-Vietnam free trade agreement (EVFTA) and Trans-Pacific Partnership (TPP), which are hoped to help with Vietnam's exports, have yet to become effective in 2017.

Other problems for the sector include rising input costs and falling selling prices, plus the lack of high-quality human resources who can operate modern machines, especially in weaving and dyeing phases. Therefore, the Vinatex will exert efforts to increase management capacity and administration in a modern and professional manner, while continuing to expand markets in East Europe, and optimise advantages offered by valid FTAs.

In 2016, Vietnam's apparel industry saw lower than expected results, with 28.3 billion USD in exports, up 5.7 percent year on year. Vinatex earned over 2.5 billion USD, an increase of 5 percent over 2015, with a pre-tax profit of over 41 trillion VND on a 5 percent year on year increase.

In 2017, Vietnam's textile-garment sector aims for a growth rate of 7-8 percent, and 30 billion USD in export earnings.