

Sommaire / Summary

	Bangladesh : RMG sector maintains positive trend	1
	Bangladesh : 90 % of female RMG workers face mental torture in workplace	3
	Bangladesh : working hours remain the same as 100 years ago	6
	Cambodia : activists urge government to take measures to keep EBA	8
	Cambodia to host two big industrial fairs	11
	Chine : les industries de la mode contre Donald Trump	12
	China : tariffs on China goods will hit women shoppers hardest	14
	China : US consumers would pay \$4.4B more for apparel additional tariffs	16
	Chine : le marché mondial du Spandex devrait atteindre 1 million de tonnes d'ici 2020	18
	China's textile and garment industry is in deep trouble	21
	China : NCTO urges Trump administration to include apparel and made-up textiles	25
	China : US fines firms transshipping via Cambodia to dodge Trump's China tariffs	26
	Coton : le cours recule avec des annulations de commandes	28
	Coton : procédé pour recycler le coton du Denim	29
	France : De Fursac passe sous le pavillon chinois de Sandro et Maje	31
	France : Lectra redéfinit le réalisme du prototypage virtuel en 3D avec Modaris V8R2	33
	France : le Cofreet signe une charte pour l'action climatique des Nations Unies	35
	France : Intelligence Artificielle : des consommateurs sous surveillance	37
	France : Fédération Française du Prêt-à-Porter Féminin : Pierre-François Le Louët réélu	41
	France : Paris Fashion Shops, une marketplace de relation grossistes/détaillants	43
	France : Tati dévoile son concept de lingerie	46
	France : le bleu de travail comme relais de croissance	48
	India : apparel exports struggle due to high manufacturing costs	51
	India : ITF urges govt to improve competitiveness of the textile sector	53
	India : reinstate India into GSP : Senator urges USTR	55
	Maroc : les exportations vers l'Europe reprennent de plus belle	58
	Morocco is gaining market share in Europe in the clothing sector	59
	Maroc : un vent de changement à l'AMITH	61
	Pakistan : Chinese firms ready to relocate industrial units	62
	Pakistan : Li & Fung to enhance purchasing from Pakistan to \$1 billion	65
	Pays Bas : C&A franchit de nouvelles étapes vers une industrie de l'habillement durable	66
	Tunisie : cinquième mois de baisse pour les exportations en volume	68
	Tunisie : accord de libre-échange avec l'UE : un piège pour la Tunisie ?	70
	Tunisie : Aramys Diffusion à la Fashion Week	72
	Tunisie : le textile éco-compatible de fil en aiguille	75
	Tunisie : une nouvelle génération de créateurs de mode émerge en Tunisie	77
	USA : manufacturers testify about how Trump's trade war with China could hurt them	80
	Vietnam-EU trade agreement to be signed on Sunday	85
	Vietnam : les accords de libre-échange apportent des opportunités	86
	Vietnam : Made in Vietnam : US-China tensions spark a manufacturing shift but....	88

21 June, 2019 12:24:52 PM

RMG sector maintains positive trend

Sharif Ahmed, Dhaka



This file photo shows an employee busy working at a RMG unit in Dhaka. Independent photo

On the back of value-added products, government policy support, capacity enhancement and completion of 95 per cent factory remediation work set by the Accord and Alliance, the Bangladeshi RMG sector is maintaining a positive trend in export earnings, say industry experts.

Bangladesh's apparel exports to global markets have seen a 12.82 per cent rise to USD 31.73 billion in the first eleven months of the current fiscal year. According to Export Promotion Bureau's (EPB) provisional data, the RMG sector earned USD 31.73 billion during the July-May period of FY19, up by 12.82 per cent from the USD 28.12 billion earned during the same period of the previous fiscal year.

Of the total export earnings by the apparel sector, knitwear products earned USD 15.68 billion, which is 12.50 per cent higher than the USD 13.94 billion earned during the same period of FY2017-18. Woven products earned USD 16.05 billion, up by 13.13 per cent from the USD 14.18 billion earned during the same period of the previous fiscal year.

The specialised textile sector saw a 33.79 per cent growth to USD 137.74 million from USD 102.95 during this time, while home textile products saw a negative growth of 2.69 per cent to USD 800.85 million from USD 823 million.

Talking to The Independent, Siddiqui Rahman, former president of the Bangladesh Garment Manufacturers' and Exporters' Association (BGMEA), said the three months from December to March formed the peak season for apparel shipment and thus the future prospect is even higher and brighter.

"Our capacity has also increased. We can produce any quantity of garments items as we have expanded our operations over the years" he added.

"But", he said, "the work order flow is not so good and we are not getting the right price from the buyers."

The government had announced a cash incentive for selling in non-traditional market back in 2010, which was 5 per cent at that time. It is now 4 per cent.

But the incentive eventually helped achieve a two-digit export growth rate, he said.

Explaining the reason, Rahman said apparel-makers previously did not want to go to those markets because of the difficulties involved and the time spent to enter a

new market. But because of getting duty-free access

and cash incentives,

garments owners have started exploring new destinations and markets.

“China, the world’s largest apparel supplier, has started importing products from us because the Government of China has allowed duty-free access to over 5,000 Bangladeshi products, which eventually enhanced the export growth of the apparel sector,” he explained.

About 40 to 50 crore people in China belongs to the high-middle income group, said Siddiqui.

The inspection by Accord and Alliance had helped remediate the factories and prompted factory owners to emphasise workplace safety, which eventually lift the country’s image in front of foreign buyers, said Siddiqui.

Eighty green garments factories currently in operation are completely LEED -certified and another 300 are in the process of getting the certification.

Of the top 10 green garments factories in the world, first seven are located in Bangladesh, said former BGMEA president.

However, the Chattogram port needs to facilitate more in order to perform better, said the former BGMEA president.

“We’ve invested around USD 4 billion for ensuring workplace safety and occupational health,” he added.

Citing an example, Dr Rubana Huq, current president of the BGMEA said: “Our production cost has increased by 29.4 per cent, lead time has increased, lack of innovation, deficit of technological up gradation—these are the challenges which need to be addressed immediately.”

Moreover, 30 factories had shut down last year, she added.

Responding to a question, she said: “We export basic polo t-shirts worth USD 6 billion dollars. We are emphasising product diversification to compete in the global market in future.”

Study: 90% of female RMG workers face mental torture in the workplace

[Kohinur Khyum Tithila](#)

- Published at 11:12 am June 25th, 2019



File Photo: Female RMG workers Mahmud Hossain Opu/Dhaka Tribune

Nagorik Uddyog and the Bangladesh Labour Rights Forum have found this in a study

Around 90% of female readymade garment (RMG) workers face various kinds of mental torture at their workplaces, according to a recent study by Nagorik Uddyog and Bangladesh Labour Rights Forum.

In addition, 51% of female RMG workers face physical harassment, while 43% encounter sexual harassment, the study said.

The findings of the study were disclosed at a program in Dhaka's CIRDAP auditorium on Tuesday. A total of 173 female RMG workers from Narayanganj and different parts of the capital city, including Mirpur, Malibagh and Rampura, were surveyed for the report.

Green Bangla Garment Workers Federation leader Sumi Akter said trade unions should represent workers, but in reality, they represent the owners.

“If I wear nice clothes to work, then my male coworkers make indecent comments. On the other hand, if I wear loose or unattractive clothing, then my supervisors criticize me and ask why I dress like an old woman,” she said.

RMG worker Khadiza Rahman said her supervisors scold and mentally torture her if she needs to use the restroom frequently when she is menstruating.

The study found that 17% of female RMG workers are sexually harassed by line supervisors, floor supervisors, or senior officials, while 77% face harassment on their way to work. Younger and lower ranking workers are more likely to be targeted.

Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA) President Rubana Huq told Dhaka Tribune it was not enough to just focus on harassment women face at the workplace.

“Women are facing some sort of mental torture at home, the workplace, and everywhere,” she said.

Common forms of harassment that the women face include groping, being photographed without consent, and indecent comments. About 68% of the victims said they do not take action over the harassment as they fear it would cause them more trouble.

While presenting the findings, Nagorik Uddyog Policy and Advocacy Coordinator Monjurul Islam said that most RMG workers do not even realize that they are being harassed.

He recommended that every factory implement a protection committee and mandatory trade union.

Razekuzzan Ratan, general secretary of Bangladesh Samajtantrik Sramik Front, said that RMG workers must unite and rally against harassers in their residential areas.

Ruhin Hossain Prince, central committee leader of the Communist Party of Bangladesh, said it is not just a fight for RMG workers, and everyone should become involved.

Naripokkho Project Director Rowshan Ara, Bangladesh Labour Rights Forum Convener Abul Hossain, and Nagorik Uddyog Executive Director Zakir Hossain, among others, also addressed the program.

Working hours remain the same as 100 years ago

Ahmed Deepto | Update: 12:36, Jun 21, 2019



It was 7 in the morning at Malibagh in the capital. Workers were streaming to the garment factories on DIT, Malibagh.

Nasrin Akter is one of the workers. She has to work 12 hours a day at one of the garment factories there. She has been working these long hours for the last five years for a paltry wage of Tk 8,000 a month.

The working hours of a labourer was fixed a hundred years ago. Following violent protests, the International Labour Organization (ILO) fixed maximum working time eight hours a day and 48 hours a week in a convention at Washington. The Hours of Work (Industry) Convention-1919 also fixed at least eight hours a day for recreation of the workers.

Bangladesh ratified the convention in 1972.

More than a century later, this remains a far cry for the workers in Bangladesh.

Like Nasrin, 6 million workers of 102 formal sectors and nearly 50 of the informal sectors are still caught up in the vicious cycle of extra-working hours.

The extra-working hours are impacting their personal life and productivity.

“Every day, it takes 12 in the night to get to bed after finishing all the housework. There is one day off a week. But, when work pressure increases, we have to work on the day-off as well,” said Nasrin.

Bangladesh Institute of Labour Studies (BILS) draws the same conclusion as Nasrin.

BILS said nearly 4 million people work in the readymade garments industry. But, most of them work between 60 and 72 hours a week.

In some factories, it added, workers are forced to work extra-hours at night. That increases health hazard for them.

But the Bangladesh labour law of 2006 in Article 102 says, “Provided that the total hours of work of an adult worker shall not exceed sixty hours in any week and on the average fifty-six hours per week in any year.”

This reporter also talked to a driver of a city bus, Midnight Mostafa. He said he has no fixed working hours, salary or even leave.

The trips he completes, the more he earns, he added.

“I start driving around 6 in the morning and stop at 10 in the night.”

An ILO report shows more than 35 per cent transport workers have to work extra-hours.

A total of 45 per cent workers in the country’s production sector work more than 48 hours in a week, said the ILO report styled “World Employment and Social Outlook”.

To mark the 100th year of the convention on working hours, ILO has organised its 108th Session of the International Labour Conference in Geneva of Switzerland between 10 and 21 June.

ILO’s Bangladesh chapter’s director Tuomo Poutiainen said, “We work to keep our dear ones happy. This is the reality for millions of men and women across the world. Long working time not only harms the personal life of a worker, it also increases risk of accidents at the work places.”

The 129th anniversary of the historic May Day was observed last month across in Bangladesh and elsewhere across the globe with a pledge to establish the rights of workers.

An ILO study in 2017 says 58.8 per cent workers work more than 48 hours a week in Bangladesh.

In 2017, the BILS also conducts a study on five private sectors that shows 80 per cent security officials work more than eight hours a day while 46 per cent of public transport workers work more than 15 hours a day.

The report titled “Current State of Working Hour in Bangladesh” also says 40 per cent of restaurant workers have to work more than 10 hours a day while labourers at re-rolling mills and private hospital, clinic and diagnostic centres for 12 hours.

Md Solaiman is a security man at a residential building at Shantinagar area. He told Prothom Alo that he starts his day at 6am in the morning and that continues till 12 in the night.

Activists Urge Government to Take Concrete Measures to Keep EBA

20 June 2019



FILE PHOTO - Garment workers clap as they listen to Prime Minister Hun Sen speak at their factory outside of Phnom Penh, Cambodia, Wednesday, Aug. 30, 2017.

Share

The group told VOA Khmer that the Cambodian government needs to restore democracy and human rights in the country in exchange for the EBA trade preference.

PHNOM PENH —

A group of labor and rights activists called on the Cambodian government to take significant actions to retain European Union trade preference ‘Everything But Arms’ after the EU’s second fact-finding mission ended last week.

The group told VOA Khmer this week that the Cambodian government needs to prove to the EU with actions, by restoring democracy and human rights in the country in exchange for the EBA trade preference.

Moeun Tola, executive director of the Center for Alliance of Labor and Human Rights (Central), said he believes that EU does not intend to withdraw Cambodia from its trade preference but the community wants an end to repression on political rights and other fundamental rights in Cambodia.

“Based on my observation, I think, the EU does not want to withdraw it [EBA]. Thus, in the middle of August, they will produce a report, and they will say Cambodia will have one month to appeal their findings,” said Moeun Tola, adding that it is time for the Cambodian government to take concrete actions in response to the European community’s requirements.

He suggested that the Cambodian government should provide full freedom to opposition politicians and open space for an independent press.

“The urgent tasks that have to be done ... are releasing all political prisoners and providing freedom to independent radios or press, so that they could perform their work in the country,” suggested Moeun Tola.

Following a systematic crackdown by the ruling Cambodian People’s Party in late 2017, the EU announced a procedure to temporarily withdraw Cambodia from its EBA trade benefits, giving Cambodia eighteen months to reverse its course.

Last week, a second EU delegate ended their eight-day fact-finding mission to review the latest developments of Cambodia’s democratic progress and respect for human rights before the Union takes further actions against Cambodia.

In a statement issued on June 11, the EU said the mission was part of monitoring and evaluation under the procedure that could lead to the [temporary withdrawal of Cambodia’s Every But Arms preferences following concerns over Cambodia’s record on core human rights and labor rights conventions.](#)

“Cambodia must show real, credible improvement on the issues of concern in order to avoid the withdrawal of EBA preferences,” the statement read.

Am Sam Ath, monitoring manager for local human rights group Licadho, told VOA Khmer that the Cambodian government always promises to respond to EU’s requests but that there have been no specific actions taken so far.

“Our government or Cambodia should prove with real actions to tackle issues of democracy or restore democracy or human rights in Cambodia, making it better,” he said. “Only the government and the ruling party can handle all these issues, which means the ruling party is the key to clear all of these issues.”

In late 2017, Cambodia’s supreme court, which is dominated by members of the ruling party, made a landmark decision to dissolve Cambodia’s biggest opposition party, the Cambodia National Rescue Party. [The court has further banned 108 senior members of CNRP from all types of political activities for five years.](#)

Ket Sophann, a spokesman for the Ministry of Foreign Affairs, couldn’t be reached for comment.

He, however, had previously confirmed with VOA Khmer, following a meeting between Foreign Minister Prak Sokhon and the EU Commission, that the Cambodian government will try its utmost to retain EBA, which supports about 700,000 workers in the country’s textile industry.

EU is Cambodia’s biggest export market, mainly products from its garment industry.

According to an EU statement, Cambodia is the second largest beneficiary of EBA trade preferences, [accounting for over 18 percent of all imports coming into the EU market under EBA preferences in 2018.](#)

The EU imports Cambodian products which are worth up to \$5.9 billion in 2018 alone, which took over 95 percent advantages of EBA preferences. Clothing and textiles account for three-quarters of EU imports from Cambodia were worth up to \$4 billion.



Cambodia to Host Two Big Industrial Fairs



AKP Phnom Penh, June 26, 2019 --

Phnom Penh will soon host two major industrial fairs – Cambodia International Machinery Industrial Fair and **Cambodia International Textile and Garment Exhibition**, according to local media report.

To take place from Aug. 22 to 25 at Phnom Penh’s Koh Pich Convention and Exhibition Centre, the expositions are expected to attract some 200 participants from countries in Asia.

About 280 booths will be erected to host the display of various commodities, including plastic and packaging materials, facilities for printing and food processing, agriculture machinery, auto parts and accessories, energy and electrical devices, garment and textile products and beyond.

Yorker Trade & Marketing Service Co., Ltd. in collaboration with Ministry of Industry and Handicraft, Cambodia Chamber of Commerce (CCC), Garment Manufactures Association of Cambodia (GMAC) and Ministry of Commerce’s Trade Promotion Department General will lead the organisation of the events.

By Lim Nary



LINKEDIN

Publié le 22 juin 2019



Jean-François Limantour
President of Evalliance

111 articles

Chine : les industries américaines de la mode contre Donald Trump !

Depuis deux semaines, la menace de Donald Trump de surtaxer à 25 % une quatrième tranche d'importation aux Etats-Unis de produits chinois dont les vêtements et les chaussures provoque l'opposition et l'irritation de nombreux secteurs économiques américains.

Celui de la mode, représenté par ses trois principales organisations professionnelles (*) vient d'adresser à Donald Trump une lettre de désapprobation, cosignée par 190 dirigeants et 138 entreprises dont Retail Group, Gap Inc, Levi Strauss & Co, Ralph Lauren, VF Corporation, etc.



Les signataires de la lettre précisent que « *La Chine fournit actuellement 69 % des chaussures et 42 % des vêtements vendus aux États-Unis* ». Ils estiment en conséquence que « *toutes les entreprises de l'industrie de la mode, des concepteurs aux fabricants, en passant par les grossistes, les détaillants, les importateurs et les exportateurs, subiront les conséquences négatives d'une augmentation de 25 % des droits de douane sur les produits en provenance de Chine. Appliquer un tarif additionnel de 25 % causera des dommages très réels à notre industrie et à nos 4 millions de travailleurs américains* ».

Craignant de ne pas être suffisamment entendus, ils enfoncent le clou : "*Ne vous y trompez pas, ces nouveaux tarifs entraîneront une hausse des prix pour les consommateurs américains, une baisse des ventes de vêtements et de chaussures aux États-Unis et la perte d'emplois pour les travailleurs américains de l'industrie américaine du vêtement et des chaussures. Le pronostic à court terme pour ces secteurs en raison de ces tarifs est catastrophique*".

Le Bureau du Représentant US au Commerce extérieur reçoit jusqu'au 25 juin les commentaires du public sur ce nouveau projet de surtaxation des importations chinoises. Précisons que les sacs à main et les articles de maroquinerie, inclus dans la précédente augmentation tarifaire dans le différend commercial avec la Chine, ont commencé à payer la surtaxe de 25 % en mai.

Qualifié de Dr Folamour par de nombreux économistes et politologues, Donald Trump ira-t-il jusqu'au bout de cette nouvelle menace ? Une de plus ajoutée à celles proférées ou déjà mises en œuvre par le président américain et dont la multiplication constitue un réel danger pour la croissance économique mondiale, voire même pour la paix dans le monde !

(*) American Apparel & Footwear Association, Council of Fashion Designers of America et the Accessories Council

Tariffs on China goods will hit women shoppers hardest, J.C. Penney argues

BY RACHEL LAYNE

UPDATED ON: JUNE 20, 2019

- J.C. Penney says of 19 apparel and other items it sells that would be hardest hit by U.S. tariffs on Chinese imports, women typically purchase 13.
- Women tend to run a household's purchasing, so items like children's toys, appliances and footwear will disproportionately have women buyers.
- The U.S. Trade Representative is hearing testimony from a wide swath of companies, many opposed to the proposed increase on roughly \$300 billion of imports of Chinese goods.

Women would feel a "disproportionate impact" from higher tariffs on apparel and other items imported from China if President Donald Trump's proposed new trade levies are imposed. That's an argument J.C. Penney makes in a [letter](#) to the Office of the U.S. Trade Representative.

"Though surely inadvertent, the disproportionate impact of the proposed List 4 tariffs on women is striking," the company said, referring to the fourth round of proposed tariffs after the Trump administration's levies on three other groups of Chinese imports.

Of the 19 items the retailer listed as "priority items" hit by the tariffs, 13 are women's and girl's apparel, according to the letter. Items includes women's sweaters, tank tops, bras and denim.

Trending News

"JCPenney's core customer simply cannot afford to pay an additional 25 percent tax on apparel, footwear, and household goods," the letter said. J.C. Penney also argued it's not just higher-priced clothes that will hit women hard. Because they're often the primary shoppers in a household, they'll have to pay more for a broader swath of consumer products.

"Increasing taxes on boy's shoes, kitchen appliances, sheets and blankets and curtains, and hundreds of other basic clothing items and home goods, will hurt all moms who don't have inexhaustible disposable income. It will force them to make tough choices," the letter said.

Seven days of hearings

Hundreds of companies began queuing up to testify in Washington on Monday for seven days of hearings on the Trump administration's proposal to jack up tariffs on \$300 billion in Chinese imports. Companies are scheduled to testify through June 25, according to the USTR.

The White House has already imposed 25% tariffs on \$250 billion in Chinese imports. The goal, according to U.S. trade officials, is to stop China from forcing U.S. companies to reveal trade secrets, stealing intellectual property and unfairly subsidizing Chinese tech companies.

Companies said consumer products could get more expensive if the White House proceeds with a plan to impose tariffs of up to 25% on an additional \$300 billion in goods the U.S. buys from China that aren't already subject to levies. Their prices would rise because consumer-oriented products like clothing often have thinner margins, making it more difficult for manufacturers or retailers to absorb higher costs through measures like cost-cutting. American companies pay the import tariffs, not China, as Mr. Trump has erroneously claimed.

First published on June 20, 2019 / 5:48 PM

© 2019 CBS Interactive Inc.. All Rights Reserved.

US consumers would pay \$4.4B more for apparel with additional tariffs: study

June 22, 2019

Adjust font size: +



Cargo ships are seen at the Lianyungang Port in Lianyungang City, east China's Jiangsu Province, Nov. 5, 2018. [Photo/Xinhua]

The threatened 25 percent tariff hike on an additional 300 billion U.S. dollars worth of Chinese imports would make U.S. consumers pay 4.4 billion dollars more each year for apparel, a study released on Friday showed.

The study estimates the impacts of proposed tariff increases by the United States on categories including apparel, footwear, toys, household appliances, furniture, travel goods and television. It was commissioned by National Retail Federation (NRF), a renowned U.S. retailer association, and was prepared by the Trade Partnership Worldwide.

Low income families would be particularly affected when buying apparel, the study showed. They spend three times as much of their after-tax income on apparel and services as do high-income households.

While U.S. apparel manufacturers would see revenues grow by about 620 million dollars, each new dollar of revenue costs consumers more than 7 dollars in new out of pocket expenses.

"After accounting for domestic manufacturing gains and new tariff revenue, the result is a net 2.2 billion dollars' loss for the U.S. economy, with the burden carried by U.S. consumers," the report said.

Apart from apparel, U.S. consumers would pay 2.5 billion dollars more for footwear, 3.7 billion dollars more for toys and 1.6 billion dollars more for household appliances. The rise in tariffs would also force purchasers of furniture to pay 4.6 billion dollars more, and of travel goods, 1.2 billion dollars more.

As for the toy industry, China is the largest supplier. The report said China accounts for more than 88 percent of the supply of toys to the U.S. market while the U.S. producers are estimated to account for less than 1 percent.

The total value of toy imports from China is 25 times greater than the total value of toy imports from the next largest foreign source of supply, Mexico, said the report.

"Overall U.S. prices for toys generally (from all sources combined) would rise by 17 percent. As a result, U.S. consumers are forced to reduce overall purchases by 32 percent," the report estimated.

As part of monthly consumer surveys conducted by Prosper Insights & Analytics, NRF has been tracking the public's growing concern over trade disputes between the United States and its major trading partners.

The June survey found 81 percent of consumers are "concerned the ongoing trade war will cause prices to increase," a 12 percent increase since November 2018, according to the federation.

Le marché mondial du spandex devrait atteindre 1 million de tonnes d'ici 2020

27 juin 2019



Selon la récente étude intitulée « **Global Spandex Market Report 2019** » publiée par Wood Mackenzie Chemicals , la demande mondiale d'élasthanne , ou spandex, se situe actuellement à 860 kt. D'ici la fin de l'année prochaine, la consommation d'élasthanne passera la barre du million de tonnes et sera fermement établie comme produit textile de base, alors que dans le même temps l'industrie doit s'adapter pour faire face à la concurrence chinoise et au défi du recyclage en boucle fermée.

« Etant donné que le spandex est invariablement une composante minoritaire des textiles, avec seulement 2 à 3% de contenu suffisant pour offrir un confort optimal, il est évident que ce million de tonnes de spandex projette réellement une empreinte très forte sur les textiles mondiaux », a déclaré David Hart, consultant principal chez Wood Mackenzie Chemicals.

La Chine est en tête du marché mondial avec 75% de la capacité de production mondiale. *«Le spandex a récemment défrayé la chronique avec le rachat de l'activité de The Lycra Company par le Shandong Ruyi (Chine), pour environ 2,4 milliards de dollars. Toutefois, dans la pratique, le spandex a considérablement progressé sur les marchés mondiaux du textile au cours des quinze à vingt dernières années. Ce qui était autrefois considéré comme un fil spécialisé à petite échelle passe maintenant au premier plan en tant que partenaire clé dans de nombreux produits vestimentaires », a ajouté M. Hart.*

Selon le rapport, la croissance actuelle du marché de l'élasthanne a été légèrement supérieure à 9% au cours de la décennie, soit près de trois fois la croissance moyenne de l'ensemble des fibres. Le facteur déterminant est le pouvoir d'achat d'une classe moyenne mondiale émergente, exigeante en matière de vêtements de sport sophistiqués, de vêtements intimes et de shapewear, ainsi que de vêtements de jour bien ajustés et confortables. La rapidité avec laquelle Spandex s'est détaché de ses marchés américains et européens traditionnels pour faire face à une opportunité asiatique en forte croissance indique que la mondialisation de la demande en spandex a encore du chemin à parcourir.

Le spandex continue d'étendre son leadership sur le marché à environ 67% du marché global actuel des fils élastiques. Il offre des fils plus fins et une plus grande uniformité que le caoutchouc et constitue un partenaire efficace pour toute une gamme de fibres naturelles et synthétiques.

«Spandex a également vu son prix relatif chuter au cours des vingt à trente dernières années, passant d'environ 10 fois celui d'un fil de nylon à une équivalence de prix approximative. Cela permet d'introduire des propriétés d'étirement souhaitables sans imposer une prime de coût significative », a déclaré M. Hart.

L'industrie textile mondiale déploie des efforts considérables pour relever les défis environnementaux en choisissant des matières premières, notamment des bouteilles en

plastique recyclées et des procédés de fabrication. L'industrie du spandex doit cependant résoudre sa problématique environnementale. Largement utilisé en pourcentages minoritaires dans des mélanges de fibres, cette teneur minoritaire pourrait potentiellement entraver les efforts de recyclage des composants majoritaires du mélange de textiles.

Source: <https://www.woodmac.com>– 25/06/19

China's Textile and Garment Industry Is in Deep Trouble

Foreign trade stagnant and domestic demand weak

BY YI RU

June 23, 2019 Updated: June 24, 2019

Under the impact of the Sino-US [trade war](#), [China's](#) economy has continued to decline. Domestic demand is weak, foreign trade is stagnant, and China's textile and garment industry is in deep trouble after a wave of production closures. According to official statistics released by China Customs on June 10, China's total import and export value in the first five months was \$1.79 trillion, down 1.6 percent from last year. China's [exports](#) to the United States declined by 8.4 percent year-on-year, and imports fell even more, declining 29.6 percent year-on-year. In May alone, China's total import and export value was \$386.03 billion, falling 3.4 percent. Within this, exports increased by 1.1 percent compared with the same period last year while imports fell by 8.5 percent. Some analysts pointed out that China's year-on-year increase in May exports was due to the rush to export before new U.S. deadlines to impose a tariff hike on \$200 billion of Chinese goods.

Xie Tian, a professor at the University of South Carolina's Aiken School of Business, believes that exports increased slightly in May, and that most products originally flowing to the United States have been redirected to other countries.

He told The Epoch Times that it would still be difficult to maintain the long-term growth of exports. "Because no country has the market and purchasing power of the United States, and no country is able to tolerate China's surplus other than the United States," Xie said. "For instance, if China's exports to other countries such as in Southeast Asia, Europe, and the Middle East increase, then

imports will also inevitably increase. These countries will not tolerate a large surplus like the United States, so China's exports will still have problems."

Textile and Garment Industry Exports Stagnate

Mr. Chen, the owner of a Hunan Province-based clothing business, told The Epoch Times that July and August are generally the textile industry's offseason, with most going on holiday. But this year has been one month ahead of schedule.

Starting in June, many garment factories were already on vacation, "especially for those doing foreign trade. The trade war has had a great impact on coastal export enterprises," Chen said. "My wife's uncle works on denim clothing for export to the United States in Shenzhen, Guangdong. There have basically been no orders this year, and it is already difficult to maintain the factory.

Chen said that at the end of December 2018, in order to purchase fabric to produce 2019 spring and summer children's clothing, he made a special trip to the Shaoxing Keqiao textile fabric wholesale market. The owner of a fabric production factory told him, "Since the trade war began, many large garment factories along the coast that export to the United States have gone bankrupt because U.S. buyers no longer purchase from China. There have been no orders for the fabric factories here either, and more and more factories are closing."

Zhejiang Shaoxing Keqiao Textile City is China's largest textile trading market, with most of its products aimed for export. Chen said that there were originally tens of thousands of enterprises there, but it feels as if one-third of those enterprises have closed. "A large number of manufacturers have closed, one after another. Many cloth manufacturers I knew before have also closed. You see the words 'rental transfer' written on their doors," Chen said.

When speaking of the reasons for the collapse, Chen said, "The greatest impact is this U.S.-China trade war. Cloth is a labor-intensive industry, and profits are not high. Countries like the United States don't produce it themselves; they get

all of it from China. U.S. businesses are no longer buying from China. Without orders, manufacturers are of course closing.”

According to customs data from April and December 2018, the overall export of China’s textile industry twice showed negative growth. Huizhou, Guangdong Province-based business owner Mr. Zeng told The Epoch Times that his friend in the recycling equipment business told him that many textile factories in Guangdong have closed down since the trade war.

“He bought a lot of equipment, but now he can’t sell it. No one is willing to open a factory anymore,” Zeng said.

The United States is China’s largest market for textile and apparel exports. China National Cotton Information Center disclosed that Henan Province-based textile enterprises say that textile companies are now under pressure on two ends. On one hand, the price of raw materials purchased in the previous period have increased, which directly increases production costs. On the other hand, sales have been blocked, and downstream customers don’t quote prices or make purchases. In mid-May when the Chinese and U.S. sides began imposing tariff hikes on each other, cotton yarn sales had already stagnated.

The uncertain outlook on trade has made manufacturers too afraid to take orders. Some companies stopped production for a month in June due to the running costs of hundreds of thousands of dollars per day; smaller businesses have long closed production.

According to state media CCTV, hundreds of textile enterprises in Shengze, Wujiang, a major textile town in Jiangsu Province, stopped production. The number of small and medium-sized enterprises that stopped production accounted for about one-third of the total number of small and medium-sized enterprises, causing a stir across the province. Wujiang Shengze, one of “China’s famous silk towns,” has around 2,000 textile enterprises.

Henan business owners expressed that the impact of the Sino-U.S. trade war on the cotton spinning industry chain has far surpassed industry estimates.

In the first quarter this year, China’s share of U.S. apparel imports declined slightly. U.S. imports of Chinese clothing have stagnated, and the proportion of many categories of Chinese clothing have declined by double digits.

Imports from other countries have increased. Yet after the tariffs increase, it is expected that the rate of decline will further increase, and exports to the United States may decline precipitously.

Textile, Apparel Industry Domestic Demand Is Weak

Chen said that there another reason for the large number of garment factories going on holiday in advance is inadequate domestic consumption. “The children’s clothes I make

are basically all sold in China. We basically have no orders now, and if we don't have an order, we don't dare do it, because if we do it, we will lose money."

"If we produced 20,000 pieces there, perhaps nobody would buy them even when we sell at a loss of 3 to 5 yuan. A lot of people are unemployed, everyone generally has no money, consumption is weak, and the whole economy is weak."

Manager Liu of a textile company of Xiangyang City, Hubei Province, who is running a shop at the Keqiao textile fabric wholesale market, told The Epoch Times that when the overarching business environment is not good, no business does well.

"It is now a buyer's market. It is easy to spend money and hard to make money. Many factories have been shut down here," Liu said.

A report by Capital Futures, a China-based research firm, pointed out that a pessimistic atmosphere is permeating in the Chinese textile industry, and end consumption continues to weaken. According to the report, May to July is the traditional off-season of the textile industry. But under the bleak trade prospects, overseas orders have decreased sharply. Some export-oriented enterprises indicated that orders in August and later have shrunk significantly. The signs of shifting to Southeast Asia are very prominent, which directly affects the demand-consumption of cotton and yarn.

The report also said that domestic textile and apparel market consumption continues to be weak. Due to the decline in demand, the passive storage of finished products is a serious problem. Inventory of most textile enterprises increased by more than 50 percent compared with the same period last year. The inventory of individual enterprises increased by 10–15 days' sales compared with the same period in 2018, with some even exceeding 40 days.

The daily increase in cotton and yarn storage has created difficulties for the capital flow of some textile mills to the point of being unable to collect money to buy lint cotton. Some small factories have stopped production, and many have reduced production time for work shifts. Most companies are pessimistic about the overall prospects of the textile market in the second half of the year.

Organization Urges Trump Administration to Include Apparel and Made-Up Textiles in Next Round of Chinese Tariffs

By [Deborah Belgum](#) | Thursday, June 20, 2019

As the trade war between the United States and China intensifies, members of the **National Council of Textile Organizations** have been urging the Trump administration to include apparel and certain textile items in the next round of tariffs.

Currently, apparel, home furnishings and made-up textiles are not part of the \$200 billion in Chinese goods subject to a 25 percent tariff that increased from 10 percent on imports entering the United States after June 15.

Now, the office of the U.S. Trade Representative, Robert Lighthizer, is considering a new round of tariffs, called Tranche 4, which would impose tariffs on an additional \$325 billion in Chinese goods covering just about everything imported from China.

Kim Glas, the president and chief executive of the National Council of Textile Organizations, testified on June 20 in Washington, D.C., that the United States should slap tariffs on more products to crack down on China's abuse of intellectual-property rights.

She called for tariffs to be imposed on apparel, home furnishings and made-up textiles, which make up 93.5 percent of U.S. imports from China in the textile and apparel sector while fiber, yarn and fabric imports from China represent only 6.5 percent.

"If the United States truly wants to resolve China's rampant IPR abuse, pillar sectors of the Chinese economy will need to be included," Glas said at a U.S. Trade Representative hearing. "Leaving sectors that are highly sensitive within China's economy off the list has actually weakened U.S. leverage throughout the negotiating process, delaying a long overdue remedy to this systemic trade problem."

However, Glas urged the administration not to put tariffs on imports removed from the previous retaliatory tariff lists. These inputs include certain machinery, dyes, chemicals and textile components not available domestically, such as rayon staple fiber.

"Adding tariffs on imports of manufacturing inputs that are not made in the U.S. in effect raises the cost for American companies and makes them less competitive with China," she said.

US fines firms transshipping via Cambodia to dodge Trump's China tariffs

Prak Chan Thul, Reuters

Posted at Jun 19 2019 06:48 PM

PHNOM PENH - The United States has fined several companies for exporting goods via a Chinese-owned special economic zone in Cambodia in a bid to dodge President Donald Trump's tariffs on Chinese imports, a US Embassy official told Reuters on Wednesday.

Earlier this month, Vietnam's customs department said it had also found scores of cases of exporters illegally relabelling Chinese goods as "Made in Vietnam" in order to avoid tariffs imposed as a result of the ongoing US-China trade war.

"The Department of Homeland Security has inspected and fined a number of companies for evading tariffs in the United States by routing goods through Cambodia," US Embassy spokesman Arend Zwartjes told Reuters in an emailed statement.

"These companies are located in Cambodia's Sihanoukville Special Economic Zone," said Zwartjes, who did not name or say how many companies had been fined for avoiding the tariffs, how large the fines were, or what goods the companies had been exporting.

Zwartjes referred further questions to the US Department of Homeland Security, which did not immediately respond to a request for comment sent outside of office hours.

Cambodia's customs department and foreign ministry did not immediately respond to a request from Reuters for comment.

China is Cambodia's biggest aid donor and investor, pouring in billions of dollars in development assistance and loans through the Belt and Road initiative, which aims to bolster land and sea links with Southeast Asia, Central Asia, the Middle East, Europe and Africa.

The Sihanoukville Special Economic Zone (SSEZ), 210 kilometres (130 miles) west of the capital, Phnom Penh, is a Chinese and Cambodian joint venture in the Belt and Road initiative which produces textiles, garments, bags and leather products, according to its website.

The zone did not immediately respond to an emailed request for comment.

Under a trade agreement that was expanded in 2016, the Generalized System of Preferences (GSP) allows Cambodia to export travel goods such as bags, luggage and accessories, to the United States duty free.

Kaing Monika, Deputy Secretary General of the Garment Manufacturers Association of Cambodia (GMAC), which represents 600 garment factories in Cambodia, said he was unaware of the transshipments.

The \$7-billion apparel industry is the largest formal employer in the Southeast Asian country. Cambodia's economy grew 7.5 percent last year, a four-year high, compared with 7 percent in 2017, helped by rising exports to the United States, the World Bank said in April.

Coton: le cours recule avec des annulations de commandes

21/06/2019 | 19:04

NEW YORK (awp/afp) - Le cours du coton a reculé cette semaine à New York et a bouclé sa pire semaine depuis début mai, notamment en raison d'annulations de commandes en provenance de la Chine et de la Turquie.

Le dernier rapport hebdomadaire du ministère de l'Agriculture (USDA) sur les ventes de fibre blanche à l'étranger a laissé apparaître "de larges annulations", causant une chute des cours à leur plus bas niveau depuis 2016, d'après Peter Egli de Plexus Cotton.

Selon ce rapport publié jeudi, des commandes portant sur 69.900 balles de coton à destination de la Chine et 84.600 balles vers la Turquie ont été annulées.

Les cours ont été déprimés par cette information bien que le rapport ait fait état de commandes nettes totales de 131.800 balles, a ajouté le spécialiste.

"Si les rumeurs de marché sont exactes, de nouvelles annulations auront lieu bientôt", a-t-il précisé.

Le commerce entre les Etats-Unis et la Chine est particulièrement scruté en ce moment en raison de la guerre commerciale à l'œuvre depuis l'an dernier entre les deux premières économies au monde.

Mais Washington et Pékin ont envoyé cette semaine des signes de détente, en annonçant la reprise du dialogue au plus haut niveau. Les deux dirigeants Donald Trump et Xi Jinping prévoient de se voir au sommet du G20 au Japon la semaine prochaine.

Sur le front des cultures, les Etats-Unis affichent toujours un retard dans la progression de leurs semis. L'USDA a montré cette semaine qu'au 16 juin ceux-ci avaient été réalisés à 89% contre une moyenne de 94% entre 2014 et 2018.

La livre de coton pour livraison en juillet, la plus échangée actuellement, a terminé vendredi à 61,19 cents contre 66,00 cents en fin de semaine dernière à la clôture. Le cours a perdu 7,2% sur la semaine, sa pire depuis le début du mois de mai.

L'indice Cotlook A, moyenne quotidienne des cinq prix du coton les plus faibles sur le marché physique dans les ports d'Orient, a fini à 77,90 dollars les 100 livres jeudi, contre 77,50 dollars la semaine précédente (+0,52%).

Un procédé de filage en boucle fermée pour recycler le coton du denim



Les vêtements à base de coton, tels que le denim, constituent une grande partie des déchets textiles. Pendant ce temps, la culture du coton consomme de la terre et des ressources. Convertir efficacement les déchets en denim en fibres de coton réutilisables pourrait aider à résoudre ces deux problèmes.

Auparavant, les chercheurs utilisaient des liquides ioniques, des sels liquides et non solides, pour dissoudre les textiles de coton dans leurs composants en cellulose. La cellulose a ensuite été filée pour donner de nouvelles fibres de type viscose pouvant être tissées dans des textiles. Cependant, les liquides ioniques sont coûteux et difficiles à travailler en raison de leur viscosité élevée. Nolene Byrne et ses collègues souhaitaient trouver un moyen de réduire la quantité de solvant liquide ionique nécessaire pour recycler le denim en fibres de cellulose régénérées.

Il ont travaillé sur un processus de recyclage de textiles dans lequel le denim usé est dissous dans un solvant binaire et une fibre de cellulose régénérée est filée à l'état humide. Grâce à ce procédé, la fibre filée peut être régénérée, ce qui permet de conserver ou de régénérer la couleur d'origine du vêtement usé. La rétention de couleur peut être importante car les fibres régénérées n'ont pas besoin d'être teintées de nouveau, ce qui permet d'économiser une quantité considérable d'eau et d'énergie qui est généralement nécessaire dans les processus de teinture des textiles traditionnels.

Les chercheurs ont réduit trois échantillons de textile en poudre (un tissu en denim bleu, un pantalon en denim rouge et un t-shirt de couleur différente). Ensuite, ils ont dissous les poudres dans un mélange 1: 4 d'acétate de 1-butyl-3-méthylimidazolium liquide ionique et de diméthylsulfoxyde (DMSO). L'utilisation d'une concentration élevée de DMSO en tant que co-solvant a permis aux chercheurs d'utiliser beaucoup moins de liquide ionique que d'autres méthodes. De plus, le DMSO a réduit la viscosité de la solution liquide ionique, facilitant ainsi la filature de la cellulose en nouvelles fibres. Comme le DMSO est beaucoup moins cher que le liquide ionique, le nouveau procédé a permis de réduire le coût du solvant de 77%. Lorsqu'ils ont prétraité les poudres de textiles avec une solution d'hydroxyde de sodium, les chercheurs ont pu produire des fibres de type viscose blanche. Sans cette étape, les fibres ont conservé la couleur de l'article d'origine,

Source: <https://www.acs.org> -19/06/19

De Fursac passe sous le pavillon chinois de Sandro et Maje



Par [Anne-Sophie Cathala](#)

Mis à jour le 26/06/2019 à 12h02 | Publié le 25/06/2019 à 19h27

SMCP, acquis en 2016 par Shandong Ruyi, rachète cette griffe française masculine pour l'internationaliser.

Les investisseurs chinois n'en finissent pas de lorgner les griffes de mode françaises. Peu importe que Li & Fung ait connu des déboires [avec Sonia Rykiel](#), placé en redressement judiciaire le mois dernier, sept ans après son rachat. Une autre griffe tricolore s'apprête à passer sous pavillon chinois: De Fursac, connue pour ses costumes classique, va rejoindre Sandro et Maje, repris en 2016 par l'industriel du textile chinois Shandong Ruyi. SMCP (Sandro, Maje, Claudie Pierlot) a dépassé le milliard d'euros de chiffre d'affaires sur l'exercice clos en mars, dont 63 % à l'international et 90 % avec la mode féminine. C'est pour profiter du potentiel de croissance international du luxe accessible masculin que SMCP s'intéresse à De Fursac. D'ici 2022, ce marché, estimé à 21 milliards d'euros, devrait croître de 4,4 % par an.

Après un an de discussions avec De Fursac, SMCP a annoncé mardi être entré en négociations exclusives pour racheter la griffe, fondée en 1973 et contrôlée depuis 1990 par Edmond Cohen. Connue sous son nom d'origine Monsieur De Fursac, abandonné il y a dix ans, la société a réalisé l'an passé 41,4 millions d'euros de chiffre d'affaires (+ 5 %

sur un an) et une marge d'Ebitda de 20 %, supérieure à celle de SMCP (17 %). De quoi justifier un prix estimé à 80 millions d'euros. Avec ses costumes confectionnés à 90 % en Europe et vendus 800 euros pièce, De Fursac est l'un des leaders du haut de gamme accessible masculin en grands magasins, avec Hugo Boss et Sandro Homme.

De Fursac est complémentaire de Sandro, avec 70 % de vêtements formels et 30 % de casual, une proportion inverse de sa future marque sœur. Ses ventes sont réalisées essentiellement en France, via 52 points de vente. Sa présence à l'étranger se limite à deux corners en grands magasins suisses. «C'est en voyant le succès de De Fursac dans les grands magasins auprès d'une clientèle internationale, notamment chinoise, que nous avons perçu son fort potentiel à l'étranger, en tant que marque française réputée pour ses costumes», résume Daniel Lalonde, directeur général de SMCP.

Un gage de réussite internationale selon le dirigeant. Sandro et Maje ont connu le même attrait en grands magasins avant de s'envoler en Europe, puis aux États-Unis et en l'Asie. À moyen terme, SMCP veut que De Fursac réalise 30 % de ses ventes à l'étranger, et 5 à 10 % en ligne.

L'acquisition de De Fursac, réalisée par endettement, porte sur la totalité du capital. Celui-ci était jusqu'alors détenu à plus de 60 % par Edmond Cohen. Ce dernier va assurer un management de transition et restera au conseil de surveillance de De Fursac. Le FCDE (Fonds de consolidation et de développement des entreprises) détenait plus de 30 %, et la directrice artistique, Alix Le Naour, 5 %. Elle reste à ce poste. Sa mission: moderniser et diversifier De Fursac, avec des baskets et de la maroquinerie, encore inexploitées par la griffe, et des lignes plus décontractées.

Bourse									
Actualités	Actions	Indices	Produits de Bourse	Trackers - ETF	OPCVM	Taux	Devises	Matières Premières	Forum
CAC 40 5 513.79 -0.01%	INDICES		CHIFFRES-CLÉS		+ FORTES HAUSSES ET BAISSSES SBF 120				
DOW JONES 26 548.22 -0.67%	NIKKEI 21 086.59 -0.51%	DAX 12 217.02 -0.09%	PÉTROLE BRE... 65.92 \$US	EUR/USD 1.1360 \$US	TX FRA 10A -0.07	EUROP M GRP +2.86%	SES GLOBAL... +2.20%	ADP -1.83%	2.79%

LECTRA : Avec Modaris® V8R2, Lectra redéfinit le réalisme du prototypage virtuel en 3D

NASDAQ • 25/06/2019 à 17:50

Avec Modaris® V8R2, Lectra redéfinit le réalisme du prototypage virtuel en 3D

Cette nouvelle version de Modaris accélère la mise sur le marché des collections

Paris, le 25 juin 2019 - Lectra lance Modaris® V8R2, la dernière version de sa solution de patronnage et de prototypage en 2D et en 3D. Cette nouvelle version de Modaris, la solution de modélisme la plus utilisée par les grandes marques et entreprises de mode, accroît encore la rapidité, l'efficacité et la précision du développement produit. Grâce à ses puissants outils de simulation 3D et de collaboration, les modélistes développent des patrons et prennent des décisions plus vite que jamais. En réduisant ou éliminant le recours au prototypage physique, le développement produit est moins coûteux et la mise sur le marché aussi proche que possible de la détection des tendances.

Confirmant et renforçant son leadership sur le marché des logiciels de développement produit, Lectra a développé cette nouvelle version de Modaris en exploitant tout le potentiel du prototypage virtuel en 3D. Les modélistes peuvent désormais partager des vidéos à 360° accessibles sur n'importe quel appareil, tandis que les stylistes disposent, avec le nouveau module 3D Style, d'un outil pour interagir, visualiser, annoter et valider sur écran le style et le bien-aller des modèles.

De nouvelles avancées permettent de réduire jusqu'à 50 % le nombre de prototypes physiques. Modaris V8R2 améliore la qualité des simulations 3D et enrichit sa bibliothèque de nouvelles références (tissus, effets de surpiqûres 3D, scènes réalistes, studios d'éclairage, couleurs Pantone® et Natural Color System®...). La solution est désormais compatible avec Vizoo, un scanner de haute qualité qui accentue le réalisme des échantillons de tissu, et avec des solutions 3D (Maya, 3DS Max, Iray) pour un rendu encore plus réaliste et précis des prototypes.

L'un des développements innovants de Modaris V8R2 est son nouvel outil d'insertion de volume et de rotation des pinces. Grâce à cette nouveauté, les modélistes gagnent entre 50% et 90 % de temps sur la modification des modèles avec pinces. Un autre point fort de cette solution est sa capacité à convertir les unités de mesure, en réponse aux besoins des équipes internationales de l'industrie de la mode. Lectra offre ainsi aux modélistes et

aux sous-traitants la garantie du respect des tailles, quels que soient les systèmes de mesure utilisés dans les pays de production.

Modaris V8R2 a déjà remporté l'adhésion de ses clients pilotes, tels que l'entreprise italienne de prêt-à-porter féminin GGZ, la toute première à avoir adopté Modaris V8R2. *« GGZ est une entreprise de fast fashion : le temps et la qualité sont essentiels pour nous. La nouvelle fonctionnalité de Modaris dédiée aux pinces nous aide à économiser jusqu'à 50 % du temps nécessaire à la modification des patrons. De plus, le prototypage en 3D nous sert à vérifier que les volumes et les proportions des patrons correspondent bien aux attentes de nos stylistes, et ce, dès le début, ce qui réduit considérablement nos délais de mise sur le marché »*, témoigne Majla Gottardo, Modéliste, GGZ.

« Nous sommes désormais dans l'ère de l'information. Nous répondons aux besoins de modélistes qui s'adressent à des consommateurs aux goûts différents, de tailles et de morphologies variées. Nos modélistes ont des centaines de collections à livrer : pas de place à l'erreur ! Notre objectif est de faciliter leur environnement de travail au quotidien en leur fournissant les outils nécessaires pour rationaliser le processus de développement produit, réduire le nombre d'itérations et obtenir un bien-être parfait du premier coup », déclare Céline Choussy, Directrice Marketing et Communication, Lectra. *« Tout cela est possible avec Modaris V8R2 »*.

A propos de Lectra

Pour les entreprises qui insufflent la vie à nos dressings, intérieurs de voitures, meubles et plus, Lectra façonne des technologies premium qui facilitent la transformation digitale de leur industrie. Son offre donne aux marques, aux fabricants et aux distributeurs les moyens de leurs ambitions, du design à la production, mais aussi la reconnaissance et la sérénité qu'ils méritent. Fondée en 1973, Lectra dispose de 32 filiales à l'international et sert ses clients dans plus de 100 pays. Forte de plus de 1 700 collaborateurs, Lectra a réalisé un chiffre d'affaires de € 283 millions en 2018 et est cotée sur Euronext (LSS).

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

Entretien textile. Le COFREET signe la Charte de l'industrie de la mode pour l'action climatique des Nations Unies

Publié le 19 juin 2019 09:20:00



Dans le cycle de vie d'un produit textile, son entretien représente jusqu'à 40%¹ de son impact environnemental. **Le COFREET, Comité français de l'Étiquetage pour l'Entretien des Textiles**, s'engage donc auprès des Nations Unies en signant la Charte de l'industrie de la mode pour l'action climatique. Il rejoint l'initiative de l'ONU Changements Climatiques initiée en décembre dernier qui appelle l'industrie de la mode à réduire les émissions de gaz à effet de serre pour la préservation de la planète. *« L'entretien textile est particulièrement concerné par les préoccupations environnementales. En signant la Charte de l'industrie de la mode pour l'action climatique des Nations Unies, le COFREET poursuit son engagement sur les changements nécessaires à mettre en œuvre pour diminuer l'impact de l'industrie de la mode sur l'environnement »*, commente Yann Balguerie, président du COFREET. *« Tous les acteurs du secteur sont concernés. C'est pourquoi nous sommes solidaires de nos adhérents qui œuvrent depuis longtemps dans la limitation de leur impact environnemental »*.

Le COFREET s'investit déjà en effet depuis plusieurs années à promouvoir l'entretien écoresponsable auprès des entreprises textiles, mode et habillement à travers plusieurs initiatives :

- Le logo et **le site clevercare.info** ont été créés il y a cinq ans au niveau international et relayés par le COFREET en France. Cette initiative a pour but de sensibiliser les consommateurs au fait qu'ils peuvent agir directement sur l'impact écologique de l'entretien de leurs textiles en se référant aux instructions d'entretien que leur transmettent les marques via les symboles sur leurs étiquettes.
- Depuis dix ans déjà, et ce tous les deux ans, les Trophées de l'Entretien Responsable remis à l'occasion des Rencontres de l'Entretien Textile², un évènement durant lequel le COFREET honore une entreprise innovante ou vertueuse pour son engagement responsable.

[1] Entre 30 et 50% selon les études menées

[2] Prochaine édition le 9 juillet 2019

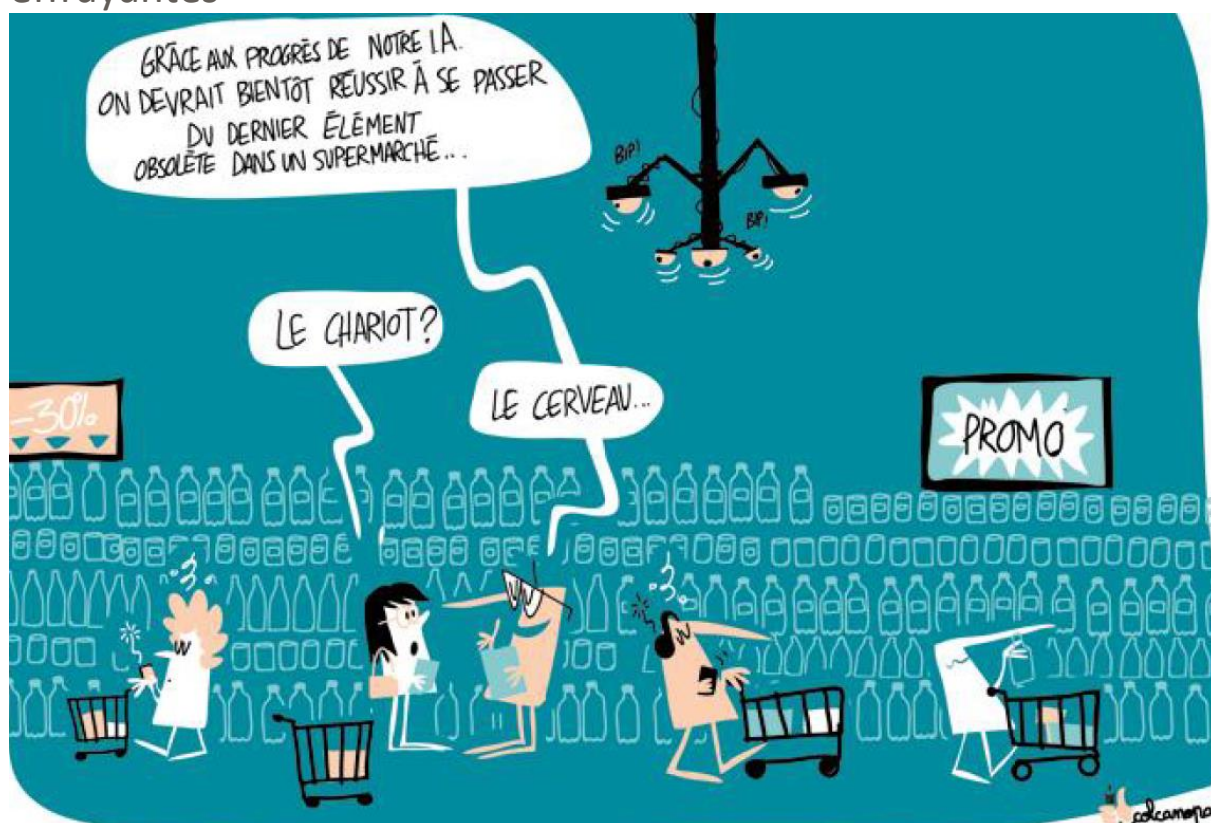
Le Monde | WEEK-END

22 juin 2019

Intelligence artificielle : des consommateurs sous surveillance

Paiement par reconnaissance faciale, essor des magasins sans caisse, publicités ultraciblées...

Le développement de l'informatique « intelligente » ouvre la voie à de nombreuses innovations, parfois passionnantes, souvent effrayantes



Payer ses courses, simple comme un regard ? Le paiement par reconnaissance faciale qui se développe rapidement en Chine pourrait débarquer prochainement en France. Au Lab Carrefour Google, sis dans le 13e arrondissement de Paris, on y travaille d'arrache-pied.

Les deux groupes ont réuni des experts de l'intelligence artificielle (IA). Ils s'appuient sur la technologie utilisée par Carrefour dans l'empire du Milieu, qui permet de payer au moyen de

l'application WeChat grâce à la reconnaissance faciale et aux quatre derniers chiffres de son numéro de téléphone. « *On peut imaginer qu'un système similaire soit testé à la rentrée, piloté par Carrefour avec des partenaires* », souffle Pierre Blanc, un ancien cadre de chez HP et IBM, chargé des innovations au sein de l'enseigne de la grande distribution. Encore faut-il régler les nombreuses problématiques liées au stockage des données personnelles.

« *En Chine, cela ne pose pas de problème de conserver un visage sur un serveur central* » Fait-il remarquer.

Le groupe de restauration collective Sodexo a, lui, investi dans la société AeyeGo, dont la technologie permet d'identifier tous les aliments posés sur un plateau et de payer par le biais de la reconnaissance faciale. Cette entreprise chinoise a déjà installé sa solution dans une cinquantaine de cantines scolaires, d'hôpitaux et de restaurants d'entreprise en Chine, dont le siège de Microsoft à Shanghai.

« *Nous discutons avec Sodexo, souligne Ji Zhu, directeur technique chez AeyeGo. La solution pourrait arriver cette année en France.* »

En nourrissant les machines de multiples programmes et informations, l'IA est ainsi capable de reconnaître un visage ou un produit, et de l'associer à un ensemble de données. « *Il y a encore cinq ans, les distributeurs comme les marques de prêt-à-porter travaillaient sur la RFID [pour radio frequency identification, c'est-à-dire "identification par radiofréquence"] pour stocker des informations et communiquer avec les mobiles des acheteurs, rappelle Guillaume Rio, de l'Echangeur, le centre d'analyse de BNP Paribas Personal Finance dévolu au commerce. Mais grâce à l'IA, la reconnaissance d'image se développe plus rapidement, et c'est cela qui permettra l'essor de magasins autonomes.* »

INCITER À L'ACTE D'ACHAT

Ceux-ci commencent déjà à se développer. Dans la continuité des quelques Amazon Go que le géant américain a implantés aux Etats-Unis, Auchan a installé sur le parking de son siège social, à Villeneuve-d'Ascq (Nord), un magasin conteneur sans personnel, à l'image de ce qu'il fait en Chine, pour le tester auprès de ses collaborateurs. Carrefour, de son côté, a ouvert un labstore au siège de Massy (Essonne), où il expérimente ses innovations. « *Pour le moment, on y teste le suivi automatique du panier et le paiement par reconnaissance faciale, de manière à fiabiliser la solution avant des tests grandeur nature à la rentrée* », indique M. Blanc.

L'intelligence artificielle et toutes ses possibilités déferlent sur le secteur. Distributeurs et marques se sont emparés de ces sujets informatiques avec un double objectif. Améliorer leur efficacité, tout d'abord, à l'exemple de Carrefour, qui a fait appel au géant du logiciel SAS, dont la solution permet de prévoir la demande et donc d'affiner en conséquence ses approvisionnements sur toute la chaîne logistique. Gonfler leur chiffre d'affaires, ensuite, en brassant les données pour mieux cibler les consommateurs et les inciter à passer à l'acte... d'achat. En coulisse, la plupart travaillent avec des startup.

« *Beaucoup de marques de parfum utilisent notre "AffectTag" [un bracelet connecté capable d'analyser les émotions, en mesurant la température et la conductivité de la peau, le rythme cardiaque...] pour tester des produits, et voir si l'émotion ressentie dure dans le temps, ou pour des campagnes marketing* », expliquent Antoine Lempereur et Hugo Six, développeurs chez Neotrope. Ils imaginent déjà des utilisations possibles de leur technologie dans les voitures connectées qui, en détectant un conducteur stressé, pourrait tamiser la lumière

dans le véhicule, lui proposer des musiques relaxantes ou une séance de méditation avant de prendre la route.

En amont, l'IA joue un rôle prépondérant dans le secteur publicitaire.

La jeune pousse britannique Mirriad s'est ainsi fait une spécialité de l'insertion de publicité dans les séries. « *On scanne l'épisode de la série "Demain nous appartient" [sur TF1] avant sa diffusion, et l'ordinateur trouve les bons endroits pour insérer des marques* », note Julia Leadbeater, responsable du développement commercial de Mirriad, qui a signé un partenariat avec la première chaîne en 2018.

Ici, une bouteille d'une grande marque de soda sera ajoutée sur une table ; là sera incrustée la couverture d'un magazine présentant une publicité pour une marque automobile. « *On discute avec France Télévisions et M6 pour nouer des partenariats similaires pour leurs fictions* », ajoute Julia Leadbeater.

DEVINER L'HUMEUR DES CLIENTS

Son ambition est de pouvoir répliquer un jour en France l'accord noué avec le géant chinois Tencent, qui produit aussi des séries. « *On leur renvoie cinq versions avec cinq marques différentes et eux choisissent celle qui sera visionnée par rapport au profil de leur spectateur.* » Ainsi, en Chine, lors d'une récente campagne pour CocaCola, les femmes avaient regardé des publicités pour le Coca Light et les hommes pour du Coca Zero.

Le développement de l'informatique « intelligente » a également entraîné une automatisation croissante de l'allocation des budgets publicitaires, selon l'heure, le type de support, le public visé... Sébastien Garcin, ancien directeur marketing de L'Oréal, a conçu avec sa startup Yzr un outil pour savoir quels étaient les leviers de communication les plus rentables. « *On entre dans la machine toutes les publicités qui ont été faites sur les trois dernières années, la quantité de produits mis sur le marché, les promotions, le prix, les chiffres des ventes. Chaque média publicitaire [télévision, presse magazine...] a ses propres règles. La machine donnera la rentabilité pour chacun d'entre eux ainsi que la répartition optimale des budgets et ce, en temps réel* », détaille M. Garcin.

Les distributeurs n'ont pas attendu les startup pour exploiter l'ensemble des données issues de leurs tickets de caisse. La société 3W.relevanC, du groupe Casino, agrège, brasse et utilise l'ensemble des données des factures des magasins et sites Internet du groupe (Monoprix, Leader Price, Franprix, Cdiscount, Sarenza...) et fait office de régie publicitaire pour les marques. Elle s'est créé une base de données de 30 millions de consommateurs, de laquelle elle a extrait un panel d'un million de personnes qu'elle monétise auprès des industriels de produits de grande consommation, que ce soit pour le lancement d'une nouvelle gamme, une campagne de publicité ciblée ou pour connaître un retour plus précis de leurs ventes en magasin. La carte de fidélité est le premier espion du dispositif. Elle recèle une mine d'informations, dont l'adresse email, qui permet de déposer des cookies lorsque son détenteur ouvre les courriels promotionnels.

« *Quand on envoie de la publicité, on est capable de la cibler sur une catégorie socio-démographique : des hommes de plus de 25 ans, ou vivant en Ile-de-France, ou encore des acheteurs de thé ou de jus de fruits*, explicitent Blandine Multrier et Christophe Blot,

codirecteurs généraux de 3W.relevanC. *L'intelligence artificielle permet d'améliorer l'efficacité de notre base de données, de rapprocher des profils similaires de consommateurs.*
»

C'est ainsi qu'un ménage venant de s'acheter une poussette sur Cdiscount, identifié comme jeunes parents, verra ensuite s'afficher des publicités pour du lait infantile lorsqu'il surfera sur le Web. Aux EtatsUnis, les supermarchés Kroger et Walgreens vont plus loin, en testant des caméras dans les portes en verre réfrigérées, au sein de quelques magasins pilotes. Cela afin de deviner l'âge, le genre et l'humeur de leurs clients pendant qu'ils déambulent dans les rayons, afin de leur montrer des annonces ciblées en temps réel sur des écrans vidéo en magasin... •

cécile prudhomme

Fédération Française du Prêt à Porter Féminin : Pierre-François Le Louët réélu



Par Anaïs Lerévérend 20 juin 2019

Deuxième mandat pour Pierre-François Le Louët à la tête de la Fédération Française de Prêt à Porter Féminin. Le dirigeant du cabinet de prospective NellyRodi vient en effet d'être réélu à l'unanimité lors de l'Assemblée Générale de l'instance qui s'est tenue ce 20 juin 2019. Il s'engage pour trois années supplémentaires.



Pierre-François Le Louët – FFPAPF

La FFPAPF a par ailleurs renouvelé son bureau, avec aux côtés de Pierre-François Le Louët trois vice-présidents, le premier, Alain Sarfati, accompagné de Daniel Wertel, ancien président, et d'un nouveau venu : Hervé Coulombel, qui dirige la marque et l'atelier Royal Mer depuis sa reprise en 2016.

Au sein du conseil d'administration, ils seront accompagnés de 14 membres représentant les huit syndicats régionaux français. Quatre nouveaux administrateurs parmi ceux-ci : Hervé Coulombel, donc, Sophie Pineau, de la société Getex-Fermyl, Fabrice Raoul, de la société Terneaux, et enfin Yann Rivoallan, du prestataire e-commerce The Other Store.

C'était d'ailleurs l'une des idées de Pierre-François Le Louët dès son premier mandat que d'ouvrir davantage la fédération aux acteurs du digital. Une mission qu'il va donc poursuivre, avec plusieurs autres axes forts d'accompagnement des entreprises que sont les questions RSE, l'innovation, le développement commercial en France et à l'export, l'éducation, la formation, mais aussi le soutien aux jeunes marques émergentes, notamment avec un programme comme Talents, qui cherche d'ailleurs actuellement sa prochaine promotion.

« Dans un contexte marqué par de profondes mutations des marchés et de l'écosystème, plus que jamais les entreprises doivent développer une vision stratégique autour des grands enjeux du secteur », a déclaré Pierre-François Le Louët, qui préside par ailleurs toujours les activités de NellyRodi, à l'occasion de sa réélection. Il est également secrétaire du conseil d'administration de l'IFM depuis 2018, mais aussi administrateur du Défi et vice-président de l'Ufimh (Union Française des Industries Mode-Habillement) et de l'Ufac (Union Française des Arts du Costume).



Paris Fashion Shops, la marketplace qui met en relation grossistes et détaillants de mode

JEAN-NOËL CAUSSIL |

Publié le 17/06/2019

Paris Fashion Shops, plate-forme BtoB de mise en relations de détaillants de mode et de grossistes, offre aux petites boutiques l'occasion de gagner en réactivité face aux grands groupes internationaux. Explications.

Il s'est donné une mission. Participer à sauver les détaillants de mode. Dans un secteur qui peine à sortir de la crise depuis plus de dix ans maintenant, et qui voit se multiplier les fermetures, il en est certain : tout n'est pas perdu. A condition de s'unir et d'être un peu malin : « ensemble, faisons le bon choix », résume-t-il.

« Il », c'est Jacky Z. Chang, la quarantaine et plus de vingt années d'expérience dans le milieu de la mode. Depuis trois ans, il a créé Paris Fashion Shops, une plate-forme BtoB de mise en relation de détaillants et de grossistes. Le principe ? Utiliser les vertus des technologies modernes pour créer le Sentier 2.0. Créer n'est pas le bon terme, d'ailleurs : digitaliser le Sentier paraît être une définition plus proche de la réalité. « L'âme du Sentier est toujours vive. Il suffit juste de lui donner les moyens de s'exprimer. Et Paris Fashion Shops, en créant des ponts entre fournisseurs et détaillants, est justement là pour cela », assène Jacky Z. Chang.

650 fournisseurs, plus de 100.000 références en catalogue

D'un côté, 650 fournisseurs issus de la région parisienne. De l'autre, 100.000 commerçants, à 60% installés à l'étranger. Entre les deux, Paris Fashion Shops, qui s'occupe de tout pour fluidifier les relations entre eux. La plate-forme met en ligne quelque 100.000 références venues des stocks des fournisseurs. « Ce sont nos propres studios, installés dans nos ateliers d'Aubervilliers, qui se chargent des shootings photos, explique Jacky Z. Chang. Chaque jour, ce sont entre 400 et 500 produits qui sont ainsi photographiés, sur mannequins, et ensuite mis en ligne par nos équipes. »

Les commerçants, ensuite, n'ont plus qu'à faire leurs emplettes. « Quand autrefois ils devaient faire la tournée des fournisseurs parisiens, nous leur offrons désormais ce service depuis leurs boutiques », avance Jacky Z. Chang. Mais pas uniquement ce seul service, et c'est aussi tout l'intérêt de Paris Fashion Shops. La plate-forme est ainsi dotée de sa propre flotte de camions et camionnettes. Elle s'occupe donc de centraliser les commandes faites auprès des fournisseurs, et les reconditionne en un seul colis pour, ensuite, les envoyer par le biais des transporteurs habituels aux boutiques. Le tout en 24h/48h maximum. « La souplesse et l'agilité sont nos maîtres mots. Si nous ne pouvons pas rivaliser avec la force de frappe des grands groupes internationaux, basée sur les volumes de production, nous avons pour nous une capacité de réaction qu'ils n'auront jamais. C'est la force même des entreprises du Sentier que de pouvoir fournir rapidement de petites séries », plaide Jacky Z. Chang.

La magie des datas

Rapide, Paris Fashion Shops se promet en plus d'être réactive : de la pluie s'annonce dans les jours à venir ? La plate-forme pourra proposer aux boutiques des régions concernées une offre adaptée. Par quel miracle ? Celui de la magie des datas. Ou plutôt de leur maîtrise. « Depuis trois ans que l'entreprise existe, nous avons perfectionné notre capacité à collecter et à utiliser les datas, se réjouit le fondateur. Nous savons qui commande quoi et qui vend

quoi. Nous pouvons donc proposer la bonne offre, au bon détaillant, au bon moment. »



Jacky Z. Chang

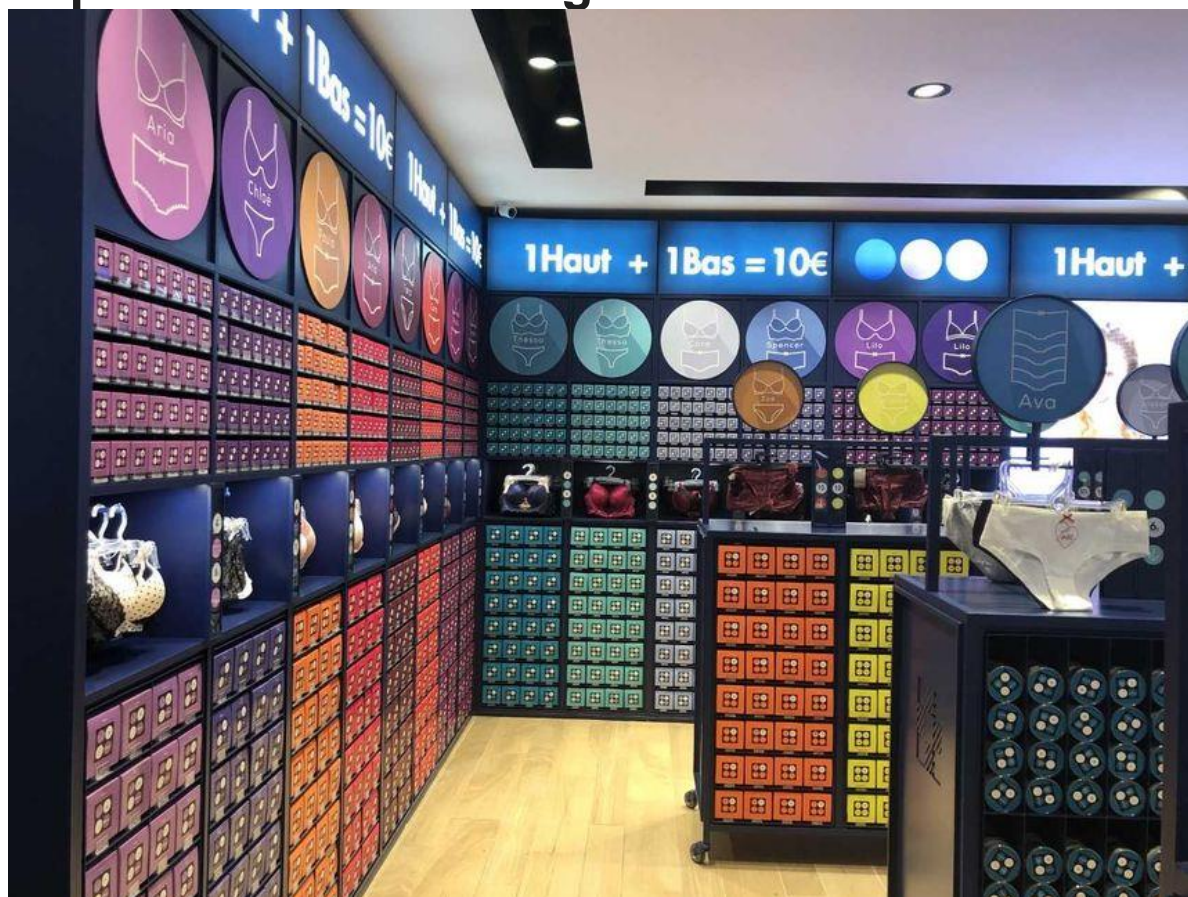
Reste une question, bien sûr. Celle du coût de ces services. Paris Fashion Shops se rémunère à hauteur de 10% sur les commandes faites auprès des fournisseurs. C'est ainsi que, sur un volume d'affaires de 20 millions d'euros en 2018, l'entreprise a dégagé 2 millions d'euros de chiffre d'affaires. Et compte bien doubler ce volume d'affaires en 2019.

Tati dévoile son concept de lingerie

JEAN-NOËL CAUSSIL |

Publié le 19/06/2019

Tati présente un nouveau concept lingerie qui, après un premier test à Barbès début 2019, se déploie désormais à Agen et La Valette-du-Var.



Tati présente un nouveau concept lingerie.

Le Tati revu et corrigé par **GiFi** commence à se montrer. **Après les corners**, premiers éléments tangibles du rapprochement initié en 2017, voici un nouvel aperçu du Tati tel qu'imaginé par les équipes

de Philippe Ginestet. Et c'est dans l'espace **lingerie** que cela se passe.

A Barbès depuis le début d'année

Ouvert en début d'année à Barbès, dans le quartier historique de Tati, ce concept lingerie entend en mettre plein la vue, au sens propre, pour se faire remarquer. Visuellement, c'est une franche réussite : une référence exposée, les stocks en dessous, rangés non dans de banales boîtes tristes à mourir mais formant au contraire des murs de couleurs. Les équipes merchandising de Tati ont eu là une idée aussi simple que géniale (mais les deux font souvent bien ensemble, il faut avouer).

Agen et La Valette-du-Var aussi

« Que ce soit pour les sous-vêtements, les bas, les collants ou encore les vêtements de nuit, tout est encapsulé dans des petites boîtes qui peuvent faire office de boîtes cadeaux », explique Tati, qui se décide à communiquer sur son concept, en annonçant un début de déploiement, avec les magasins d'Agen et de La Valette-du-Var qui, à leur tour, accueillent ce concept.

Industrie Textile, Le Bleu De Travail Comme Relais De Croissance

Forbes France
19 juin 2019



Dans un marché de l'habillement classique en perte de 28 milliards d'euros selon l'Institut français de la mode. L'industrie textile professionnelle observe une insolente croissance au beau fixe depuis 2016, avec 3,4% de croissance.

Amorcée depuis la crise de 2008, l'hémorragie financière semble difficile à cautériser. Le vêtement neuf peine désormais à se vendre. En effet, la baisse du pouvoir d'achat des ménages et l'essor d'une demande consommatrice plus vertueuse ont mis sur pied une économie circulaire. De sorte que les vêtements de seconde main ont retrouvé leurs vertus et représentait 1 milliards en 2018 toujours, selon l'IFM. Mais ce décrochage global ne concerne pas l'ensemble de la filière. L'industrie textile professionnelle observe une insolente croissance au beau fixe depuis 2016, avec 3,4% de croissance. Les

métamorphoses profondes du secteur ont eu raison de cette embellie. Elles mêlent [innovation](#), approche marketing et design.

Le bleu de travail gagne en technicité

Porter un vêtement professionnel serait le quotidien de près de 8 millions de français travaillant dans le secteur de l'industrie, de la restauration ou encore de la santé. Qu'ils soient maçons, médecins, plombiers ou encore charpentiers. Il y a encore 10 ans, porter un vêtement professionnel pour cette catégorie d'actifs relevait de la contrainte vestimentaire. D'une part, parce que le port est obligatoire et répond à des normes de sécurité face aux risques d'accidents du travail et d'autres parts parce qu'il manquait parfois d'ergonomie.

Au fil du temps et des [innovations](#), le « bleu de travail » n'a cessé de gagner en technicité. Il est devenu plus léger, plus respirant, plus élastique avec l'apparition de nouvelle matière comme l'élasthanne. De nouveaux matériaux ont également permis de mieux lutter contre le vent, le froid. Ils sont par ailleurs devenus plus « intelligents » et connectés. Aujourd'hui, il existe des vêtements de travail capables de mesurer la pénibilité d'une tâche ou bien de purifier l'air ambiant.

Le vêtement pro relooké

Le succès du secteur textile professionnel s'explique aussi par sa démocratisation. Ces produits sont presque devenus des produits de grande consommation. L'offre s'est démocratisée grâce à une approche plus marketing et design. De plus en plus de produits sont arrivés sur le marché avec un branding plus travaillé que par le passé, permettant au consommateur de l'identifier immédiatement.

En parallèle, le bleu de travail à la coupe grossière s'est stylisé. Si bien que les vêtements d'abord réservés au monde professionnel ont pu – peu à peu – s'offrir d'autres débouchés de distribution en investissant les rayons des vêtements de loisirs comme le jardinage ou le bricolage. Cette démarche design a aussi rencontré un désir de mode chez les cibles qui les portent. Le rajeunissement de la population et l'entrée de nouveaux actifs sur le marché du travail ont contribué à mettre au placard le vieux pantalon de travail Dugati qui vous rattachait d'emblée à une catégorie sociale.

Le marché s'adapte

Depuis quelques années, le marché du vêtement professionnel évolue fortement. La croissance pérenne du secteur résidera aussi dans sa capacité d'adaptation aux défis qui l'attendent. Le premier est la féminisation des métiers de l'industrie. En effet, près de 30% des

femmes travaillent désormais dans l'industrie selon les chiffres de Pôle Emploi.

Par ailleurs, la problématique du réchauffement climatique est à prendre en considération. Les prises de conscience sont de plus en plus nombreuses, en ce qui concerne l'impact écologique de l'industrie du textile. Le défi à relever dans les années à venir sera de pouvoir mettre en vente des produits fonctionnels, lookés et plus respectueuses de l'environnement. En un mot plus responsables.

L'ensemble de l'industrie textile n'est pas impacté de la même manière par la crise. En marge, la filière du vêtement professionnel se porte comme un charme depuis que le bleu de travail s'est invité dans des garde-robes plus grand public.

Par Frédéric Jacquart, Directeur Commercial de Dickies Workwear

Apparel exports struggle due to high manufacturing costs

 SPECIAL CORRESPONDENT

COIMBATORE, JUNE 20, 2019 23:46 IST



This is especially in low-value added products, says a survey

High manufacturing costs are affecting the competitiveness of apparel exports, especially in low value-added products, according to a survey conducted by the Indian Texpreneurs Federation.

The Federation conducted a survey to find out reasons for apparel and made-up exports remaining stagnant though the Union Government had implemented special packages for these products. As many as 320 manufacturers and exporters took part in the survey that was open for three

to four days and gave their top three reasons from 13 factors identified as impediments to apparel and made-up exports.

Indian exporters compete with countries that are seen as low-cost destinations and are struggling to match the prices quoted by these countries.

The other main reason is that Indian garment exporters focus on just three or four major countries/zones where countries such as Bangladesh have free trade agreements. The domestic industry has not improved its manufacturing efficiency and faces labour shortage; raw material, mainly man-made fibre, is expensive compared to other countries; and even for blends the industry lacks cost-effective eco system, according to the study.

“There are no magical solutions for textile and apparel sector to revive its growth. There are no short-term solutions. The industry needs long-term initiatives,” said Prabhu Dhamodharan, convener of the Federation.

Explaining the factors identified by the exporters as impediments to growth, he said the manufacturers in this region are mainly in low-value segment. They have not gone in for product diversification. A buyer needs suppliers for more blended and MMF products compared to cotton products and Indian manufacturers should be able to meet the requirement. While free trade agreement with Europe may take time, India should at least look at agreements with Eurasia.

In an effort to address the issues that cripple the growth of the garment sector, the Federation has sought a “Fibre Neutral” policy. All raw materials used by the Indian textile industry should be on a level-playing field. This will enable the industry to move faster towards blended products. The Government should also announce a Cotton Technology Mission to increase cotton productivity.

Countries such as China have crossed 1,000 kg per hectare whereas in States such as Maharashtra in India, it is lower than 500 kg per hectare. The Government should extend incentives and promote large-scale manufacturing as scale of production is important.

It should also form a task force with stakeholders from the industry as members and higher officials of the Ministry should visit the textile clusters regularly to understand the issues that the industries face, the ITF said.

25/06/2019 02:56pm

ITF urges govt to improve the competitiveness of the textile sector



New Delhi, June 25 (KNN) To help Prime Minister Narendra Modi's vision of making India a \$5 Trillion economy by 2024, the Indian Textpreneurs Federation (ITF) submitted 11- point appeal and suggestions to Smriti Irani, the Minister of Textiles informing her about the urgent need to improve the competitiveness of the textile sector.

The suggestions were based on an online survey carried out by ITF, in which 320 out of 563 ITF member Textile entrepreneurs participated. The letter was also marked to the Commerce Minister Piyush Goyal.

"The textiles manufacturers' market focus is with only 3 to 4 countries or Zones, where they are not able to compete in prices with FTA countries like Bangladesh. The textile industry is not catching up in terms of manufacturing efficiency and in parallel, they are also facing worker shortage moreover, with the rise in manufacturing cost they are able to compete with the low-cost destinations in low-value products," the ITF letter to Smriti Irani said.

In the survey, few entrepreneurs mentioned that a higher cost of capital is making them less competitive.

Based on the findings of the survey, ITF has urged the Union government, firstly, to consider forming a task force with industry stakeholders particularly with the representation of strong regional manufacturing associations in order to identify the short term and long-term solutions to trigger the growth of exports.

These industries also raised an issue regarding not being able to compete with Vietnam and China because of the expensive rates of the MMF raw materials.

Government support in terms of subsidy is not enough and lack of rationalization of duty structure in GST with respect to processing sector is making them inefficient.

Under the appeal and suggestions mentioned in the letter, which was given to Smriti Irani, it was suggested that "In the case of Tamil Nadu, there are certain unique exporting mega clusters like Coimbatore, Tirupur, Karur and Erode.

One Joint Secretary cadre officer from the Union textiles ministry should visit periodically and form a separate task force in this region to facilitate the growth opportunities and support the industry to resolve the challenges, suggested ITF.

Moreover, it was further suggested to imitate the concept of green process and green factories across India. As Branding the sustainability factor to the Indian Textile Industry and to use the growing importance of sustainable textiles in the world markets.

As marked in the letter, “a special scheme should be announced by the government to promote large scale apparel manufacturing and announce Cotton Technology Mission to achieve 1000kgs per hectare in the next few years as most of the cotton growing industries have crossed 1000 kgs per hectare.

This will help the Indian textile industry with abundant raw material and help farmers to double their income. Along with this, it will also help in cutting down the volatility of cotton prices that we are currently facing.

They also want to speed up India Eurasia FTA and other FTs and have a better engagement with the US by using the IS-China Trade war in which India will be able to gain better market share in textile and apparels. Resolving the issues of GST (inverted duty structure) issue with the processing sector is another one of their suggestions.

The Textile Industry believes that until these challenges are resolved Government should support the sector by way of export incentives to sustain the current volume of business.
(KNN/Lavanya)

Reinstate India into GSP: Senator urges USTR

India's designation as a beneficiary developing nation under the key GSP trade programme was terminated by Trump after determining that it had not assured the US that it will provide "equitable and reasonable access to its markets". PTI | June 19, 2019, 17:24 IST



Under the GSP programme, nearly 2,000 products including auto components and textile materials can enter the US duty-free Washington: A top American Senator, from the opposition Democratic Party, on Tuesday urged US Trade Representative Robert Lighthizer, to reinstate India into the Generalized System of Preference, which President [Donald Trump](#) has terminated.

India's designation as a beneficiary developing nation under the key [GSP](#) trade programme was terminated by Trump after determining that it had not assured the US that it will provide "equitable and reasonable access to its markets". The termination is effective from June 5.

"I hope we can work to solve our issues with India so they can be reinstated into the GSP," Senator Robert Menendez told Lighthizer during a Congressional hearing Tuesday.

But at the same time, he appeared to be supportive of the concerns of the Trump administration with regard to India.

"You have to know that if I'm a trading partner I want to have some predictive ability and when I make a deal with you and then you start tariffs on me for something that has absolutely nothing to do with trade then that is unpredictable," Menendez said.

Lighthizer did not directly respond to the question from Menendez in this regard, but in his opening statement said the Trump administration has been reviewing the GSP eligibility.

In the last one month, President Trump has terminated GSP benefit of two of his closest allies and friend Turkey and India.

"We at [USTR](#) are very much focused on changing these rules where they are unfair to American farmers, ranchers, workers, and businesses. This has included renegotiating KORUS, which you are aware, and NAFTA, which you have just discussed and will discuss further," Lighthizer said.

"We also have been reviewing GSP eligibility; actively engaging in TIFA talks with many, many countries -; and reviewing the rules and functions of the [WTO](#). USTR has also been active in enforcing the existing obligations of our trading partners," he said.

"We've brought many WTO cases. We've filed counter notifications at the WTO and worked with other WTO members on a proposal to improve compliance with the existing WTO notification obligations," Lighthizer said.

The USTR, he said, has engaged directly with trading partners under existing agreements.

For example, the US has successfully resolved concerns with Peru after requesting the first-ever environmental consultations in the US-Peru trade promotion agreement.

President Trump, he said, is troubled by the huge and persistent trade deficits which the US has with many countries.

"These deficits are the result of many factors, faster economic growth, currency valuations, and to some extent tax policy, but they are also partially the result of trade rules that often times are unfair and lock in non-economic advantages for our trading partners," he said.

The USTR, Lighthizer said is very much focused on changing these rules where they are unfair to American farmers, ranchers, workers, and businesses.

Under the GSP programme, nearly 2,000 products including auto components and textile materials can enter the US duty-free if the beneficiary developing countries meet the eligibility criteria established by Congress

India was the largest beneficiary of the programme in 2017 with USD 5.7 billion in imports to the US given duty-free status and Turkey the fifth largest with USD 1.7 billion in covered imports, according to a Congressional Research Service report issued in January

The GSP criteria includes, among others, respecting arbitral awards in favour of the US citizens or corporations, combating child labour, respecting internationally recognised worker rights, providing adequate and effective intellectual property protection, and providing the US with equitable and reasonable market access.

Countries can also be graduated from the GSP programme depending on factors related to economic development.

Bonne performance du textile marocain en Europe : Les exportations reprennent de plus belle

Publié par ALM

Date : juin 17, 2019



Le textile marocain regagne des parts du marché européen. Les exportations marocaines d'habillement ont grimpé de près de 5% au premier semestre 2019.

Cette performance confirme la belle trajectoire du secteur et ce en dépit du ralentissement de la demande européenne. « Ces excellents résultats ne sont pas le fruit du hasard. Ils témoignent de la vitalité de nos entreprises qui multiplient les efforts de compétitivité de toutes sortes au service d'une politique industrielle et commerciale tournée vers l'avenir, organisée par l'Amith avec le concours des pouvoirs publics », souligne dans ce sens Mohamed Tazi, le directeur général de l'Association marocaine des industries du textile et de l'habillement (Amith). En effet, les exportations du secteur vers l'Union européenne ont progressé, depuis 2012, selon un taux annuel moyen de 5,1 %, un rythme plus rapide que celui de l'ensemble des fournisseurs mondiaux de l'UE (+4,1 %) et de ses concurrents méditerranéens.

Published 19 June, 2019

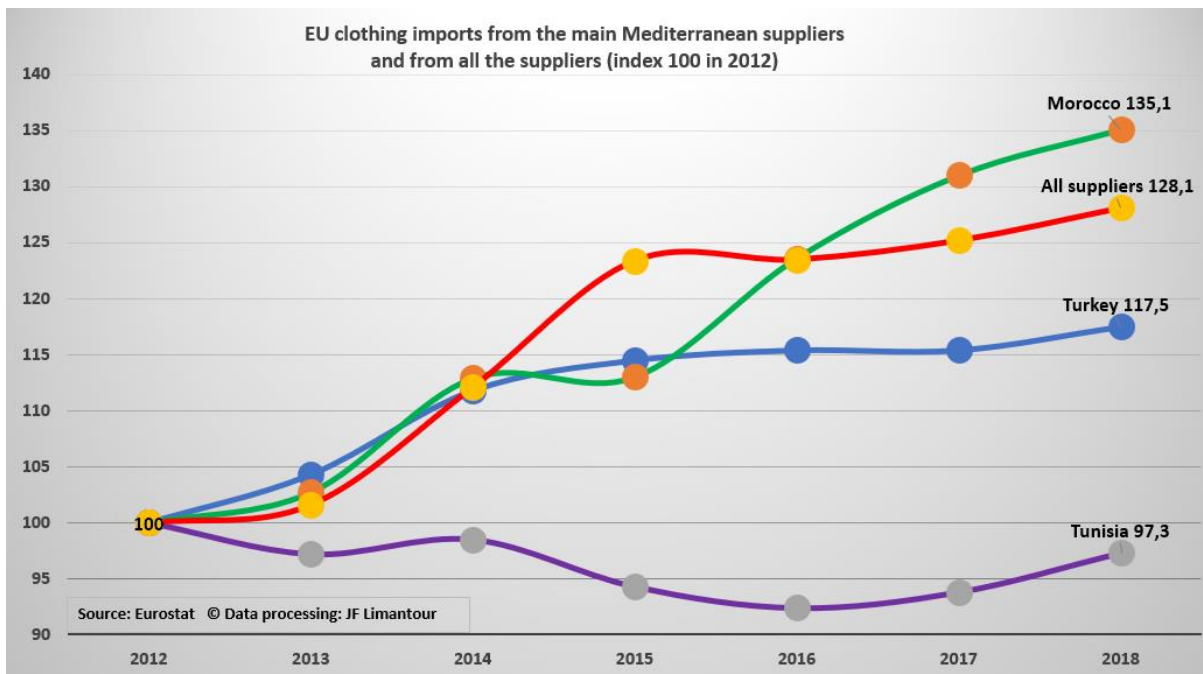


Jean-François Limantour
President of Evalliance

Clothing industry: Morocco is gaining market share in Europe!

For the Moroccan clothing industry, the shock wave caused between 2005 and 2010 by the dismantling of EU quotas against Asian imports is now a distant memory.

Since 2012, the sector's exports to the European Union have grown at an excellent average annual rate of 5.1%, significantly faster than that of the EU's global suppliers as a whole (+4.1%) and its Mediterranean competitors.



In short, in recent years Morocco has regained market share in Europe, undeniable proof of the vitality of its companies and their high level of performance.

During the first half of 2019, Moroccan clothing exports increased again by 4.8%, confirming their strong positive trajectory despite particularly soft European demand.

And as happiness never comes alone, Morocco has seen an increase in large foreign investments in recent months, not only in clothing but also in textiles, a sign of the country's strong attractiveness for FDI.

For Mohamed Tazi, the General Manager of the Moroccan Association of Textile and Clothing Industries (AMITH), *"these excellent results are not the result of chance. They testify to the vitality of our companies, which are multiplying their efforts to increase their competitiveness of all kinds, in the framework of a forward-looking industrial and trade policy, developed by AMITH with the support of the public authorities"*.

Un vent de changement à l'AMITH

Par L'Economiste | Le 20/06/2019 -



Du nouveau dans l'équipe dirigeante de l'Association marocaine des industries du textile et de l'habillement (AMITH). Le binôme Mohammed Boubouh et Jalil Skali a été élu à la tête de l'association avec 283 voix en faveur de leur candidature, 5 contre et 10 abstentions. Ils remplacent le duo sortant Karim Tazi et de Abdelhai Bessa, qui ont décidé de ne pas se représenter.

Boubouh, DG du groupe Vita, et Skali, DG de Dolidol, ont placé leur candidature sous le signe d'une "gouvernance nouvelle, transparente et fédératrice". Les deux ambitionnent « d'enrichir le débat d'idées dans un secteur fondamental pour l'économie marocaine ». Rappelons que le secteur textile emploie 400.000 personnes (emploi formel et informel) et est considéré comme le premier employeur industriel au Maroc.

Chinese firms ready to relocate industrial units

By [Zafar Bhutta](#) Published: June 22, 2019

ISLAMABAD: Seven Chinese companies have expressed willingness to relocate their industrial units to Pakistan in the second phase of industrialisation under the China-Pakistan Economic Corridor (CPEC), said Adviser to Prime Minister on Commerce Abdul Razak Dawood.

Chinese manufacturing units of textile and leather would be relocated to Faisalabad. Chinese company Long March International would also set up a tyre manufacturing plant in Pakistan, revealed Dawood while addressing a press conference, along with Chinese Ambassador to Pakistan Yao Jing, on Friday.

“We have not given attention and the Chinese industry has been relocated to the Far East, Ethiopia and Egypt. We should grab the opportunity this time around,” the PM adviser emphasised.

CPEC extremely crucial for economic security: speakers

He said the government would prefer the Chinese companies forming joint ventures with Pakistani companies. Earlier, they were focused on imports. “Shifting and trading ‘Make in Pakistan’ products is our priority to increase exports,” he said.

“If Chinese companies do not enter into joint ventures with Pakistani companies, we will allow them 100% ownership,” he said, adding the relocation of Chinese industrial units would create job opportunities and enhance skills of local people.

Pakistan is eagerly awaiting the benefits of relocating the Chinese industry to Pakistan in the second phase of industrialisation under CPEC, which will help increase exports.

China has also expressed the willingness to relocate its industrial units to Pakistan. It wants Pakistan to make policies more attractive for investors in order to address the challenges of the next phase of industrialisation.

China leads with 75% share in total foreign loans

Speaking on the occasion, Chinese Ambassador Yao Jing said if policies were good and attractive, challenges would be less. Pakistan had streamlined its visa policy but the process of obtaining the visa was too long.

Dawood pointed out that Chinese businessmen were concerned about the financial position of Pakistan. “They pointed to the balance of payments situation of Pakistan at the vendors’ summit held recently in Shanghai,” he said, adding they had been informed that it would become clear after the International Monetary Fund’s (IMF) bailout package got approval of its board.

Chinese giant Li Fung, having a value of \$60 billion and operating in 50 countries, produces goods on behalf of suppliers. It is currently placing an order with Pakistan worth \$100 million and plans to enhance it to \$1 billion later this year.

He said Pakistan and China had framework agreements on industrial, agricultural and social-sector cooperation. The two countries have initiated the second phase of the free trade agreement (FTA), under which 95% of the Chinese market had been opened for Pakistani exporters.

The PM adviser said Pakistan had a fundamental platform with traders getting access for their products to the Chinese market. “Pakistan could now have more chances of exports,” the adviser said, adding that a new initiative of business-to-business contacts, including vendors and suppliers, had been undertaken. It was aimed at relocating the supply chain.

“If Chinese company Li Fung places 1% order, Pakistani exporters would have orders worth \$600 million,” he said, adding that Pakistan deserved more than that.

Exporters could get market access by being more competitive, Dawood remarked. Pakistan would receive investments and enjoy transfer of technology under the CPEC’s industrial phase, he added.

Moreover, the government had a clear vision to increase exports and manufacturing, and attract more investment. “I am receiving investors from China every day, exploring joint venture and trade opportunities in Pakistan,” added the PM aide.

Li & Fung to enhance purchasing from Pakistan to \$1 billion: Razak

Last Updated On 22 June,2019 01:02 pm



He said ling & Fung was 134 year old company that has been operating in various countries.

(APP) – Adviser to Prime Minister on Commerce, Textile, Industries, Production and Investment Abdul Razak Dawood Friday said ‘Li & Fung’ a Chinese company has expressed its intention to enhance purchasing from Pakistan up to \$1 billion , which would further help promoting the industrial productivity.

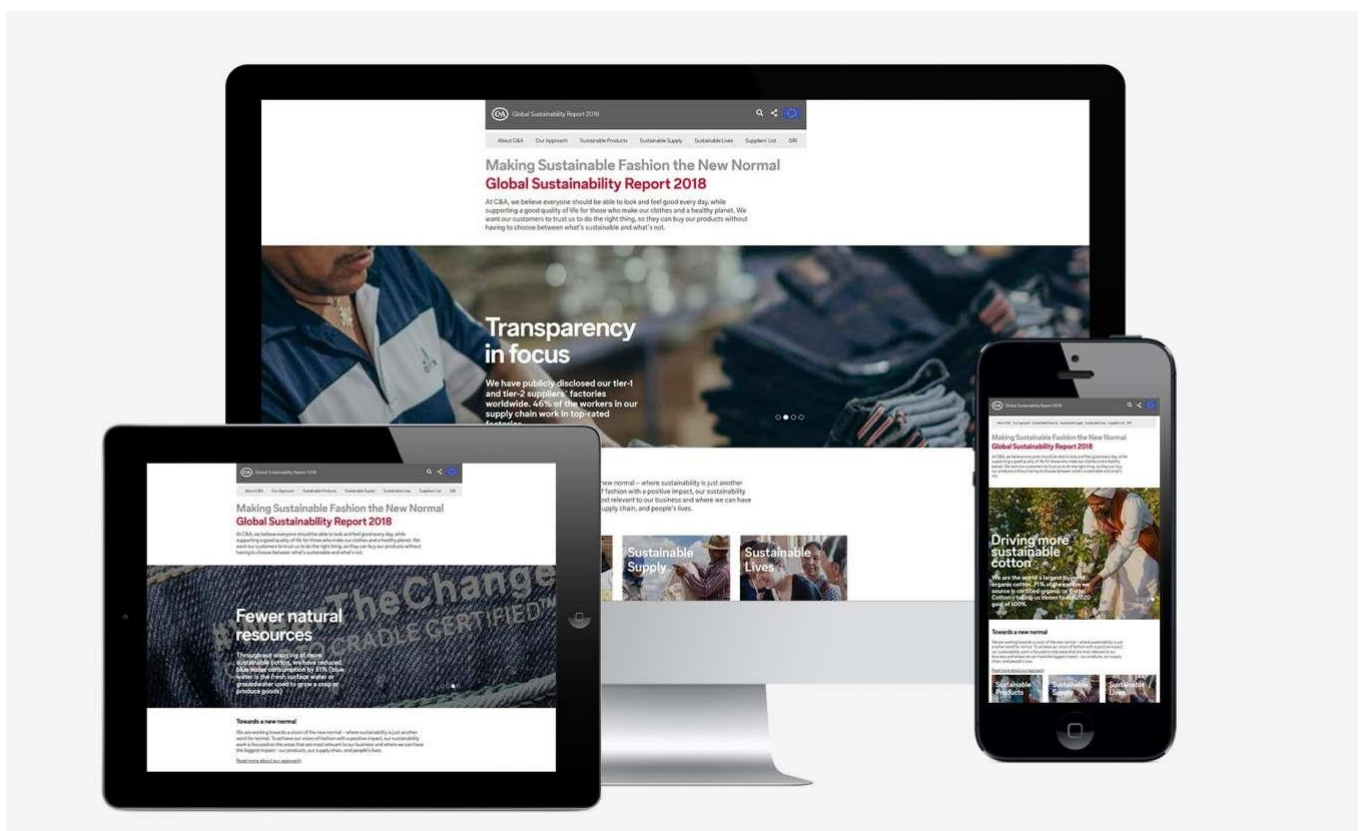
Addressing a press conference along with Chinese Ambassador Jao Ying, he said Li & Fung was 134 year old company that has been operating in various countries of the world and deals with business houses for purchasing products and sell them across the world.

Federal Secretary Ministry of Commerce Ahmad Nawaz Sukhera, senior officials of ministries of textile, industries and Board of Investment were also present on the occasion.

C&A franchit de nouvelles étapes vers une industrie de l'habillement durable

Published in [Mode](#) on 19-06-2019

[Stefan Van Rompaey](#)



Grâce à l'utilisation de matières premières et de méthodes de production durables, **C&A** continue de réduire son empreinte écologique. Le retailer mise notamment sur le coton bio et recyclé et sur les vêtements certifiés Cradle to Cradle.

Choix durables

En 2018 le coton et la cellulose durables ont permis à C&A de réduire son empreinte carbone de 12%, soit 116.000 tonnes, au niveau mondial. Ceci équivaut aux émissions de CO2 annuelles de plus de 70.000 voitures. L'enseigne

de mode a également économisé un milliard de m³ d'eau, l'équivalent de 400.000 piscines olympiques. C'est ce qu'annonce l'entreprise dans son 'Global Sustainability Report' annuel, publié aujourd'hui.

C&A est le plus grand acheteur de coton biologique au monde : 71% du coton utilisé par la marque est biologique. En Europe le retailer a vendu 95.000 vêtements en coton recyclé et plus de 300.000 articles en polyester recyclé. En outre C&A a commercialisé près de 4 millions de vêtements certifiés Cradle to Cradle – dont le jeans le plus durable au monde – en Europe, au Brésil et au Mexique.

« La moitié des matières premières utilisées dans nos collections est achetée de manière plus durable. Nous voyons clairement que nos actions contribuent à l'environnement, améliorent le niveau de vie des petits paysans et aident nos clients à faire plus facilement des choix durables », commente Jeffrey Hogue, responsable durabilité. Pour stimuler la mise en œuvre d'une économie circulaire dans l'industrie de l'habillement, C&A travaille en étroite collaboration avec d'autres acteurs de l'industrie de la mode, comme l'association Ellen MacArthur Foundation et la plateforme Fashion for Good.

Commerce extérieur : Cinquième mois de baisse pour les exportations tunisiennes en volume

La baisse du volume des exportations tunisiennes se poursuit pour le cinquième mois consécutif, avec un repli de 3,5% à fin mai dernier.



Au cours des cinq premiers mois de l'année 2019, le volume (prix constant) des exportations de la Tunisie affiche une baisse de 3,5% tandis que celui des importations a plié de 3,1% par rapport à la même période de l'année 2018, selon les données publiées ce jeudi 20 juin 2019 par l'Institut National de la Statistique (INS).

Au niveau des prix, ils ont augmenté respectivement de 19,3% pour les exportations et de 20,9% pour les importations. Hors énergie, les prix ont augmenté à l'export de 19,2% et à l'import de 19,6% et ce, par rapport au cours des cinq premiers mois de l'année 2018. En effet, les prix de l'énergie ont enregistré des hausses de l'ordre de 20,8 % à l'export et de 30,2% à l'import.

Dans les détails, les exportations en volume ont baissé pour le secteur du textile-habillement et cuir de -2,3%, le secteur de l'énergie de -6,1% et le secteur de l'agriculture et industrie agroalimentaire de -21,2%. Par ailleurs, les exportations du secteur des mines, phosphates et dérivés ont augmenté en volume de l'ordre 5,3%.

Concernant les importations, leur volume est marqué par une baisse essentiellement au niveau du Secteur de l'agriculture et industrie agroalimentaire de -4,4%, **du secteur du textile-habillement et cuir de -3,6%** et du secteur des industries mécaniques et électriques de -6,4%. Par ailleurs, les importations du secteur de l'énergie ont augmenté en volume de l'ordre 7,5%.

Accord de libre-échange avec l'UE : un piège pour la Tunisie ? (ENTRETIEN)

19 juin 2019, 20:34

Pour RT France, Riadh Sidaoui, politologue, est revenu sur les objectifs de l'Aleca, l'accord de libre-échange entre la Tunisie et l'Union européenne. Pour lui, cet accord exposerait les entreprises tunisiennes à une concurrence déloyale.

Le directeur du Centre arabe de recherches et d'analyses politiques et sociales (CARAPS) de Genève, Riadh Sidaoui, était le 19 juin sur RT France pour commenter l'Accord de libre-échange complet et approfondi (ALECA). Cet accord dont la signature était initialement prévue fin 2019, prévoyait l'instauration d'une zone de libre-échange avec l'Union européenne. Prolongement de [l'accord d'association](#) signé entre les deux parties en juillet 1995, l'ALECA devait notamment alléger les barrières douanières sur les produits issus de l'industrie agroalimentaire.

Pour Riadh Sidaoui, la Tunisie n'est pas en mesure de faire face à la libéralisation de certains secteurs comme le prévoit cet accord : « L'industrie tunisienne de textile était très prospère à Souk Ksar Hellal [une ville considérée comme la capitale du textile tunisien], aujourd'hui, elle est morte. A cause de quoi ? En raison de ces accords de libre-échange », déplore-t-il tout en notant que la Tunisie ne disposait pas d'aides financières comme certains pays de l'Union européenne à l'instar du Portugal ou de la Grèce.

« Les bureaucrates de Bruxelles doivent comprendre ce qui se passe dans ces pays du tiers-monde. Ce que signifie "une classe moyenne", "le pouvoir d'achat," "des licenciements par milliers"... », ajoute-t-il.

Un accord mort-né ?

En Tunisie, l'accord est loin de faire l'unanimité : organisations non gouvernementales, syndicats, économistes ou encore élus, ont fustigé au cours de ces derniers mois un accord qui risquerait, selon eux, de fragiliser l'économie tunisienne. Face à cette fronde, le Premier ministre Tunisien Youssef Chahed a tenu à couper court à toute spéculation.

« Tout accord devra prendre en considération la différence de développement entre les deux parties et la progressivité, et être accompagné par un ensemble de mesures pour [...] l'agriculture et la pêche », a-t-il déclaré le 12 mai, à l'occasion de la fête nationale de l'agriculture.

Cette déclaration n'a, pour autant, pas rassuré les organisations syndicales à l'image de l'Union générale tunisienne du travail (UGTT). Le 23 mai, elle a décidé de lancer « une nouvelle structure destinée à lutter contre l'accord de libre-échange ». Celle-ci aura pour principale mission de «protéger le pays des conséquences graves de la signature de l'ALECA sur l'économie tunisienne, notamment les secteurs de l'agriculture et des services», selon [un communiqué](#).



Aramys Diffusion sera à la Fashion Week avec une surprise pour cette année

Par : Tallel
14 juin 2019

La Fashion Week est un événement annuel qui mobilise les différents acteurs du secteur du textile/habillement tunisien, dans le but de promouvoir leur image, aussi bien en Tunisie qu'à l'international.



Ainsi, jeunes créateurs locaux et étrangers, créateurs de renommée internationale, professionnels et hommes d'affaires sont au rendez-vous, dans une ambiance d'échange et d'ouverture sur le monde international de la mode. L'événement a lieu à l'Amphithéâtre de Carthage.

Dans ce cadre et comme chaque année, Aramys Diffusion, filiale d'Aramys Goup, sera évidemment présente à travers ses deux marques de prêt-à-porter, [Blue Island](#) et [Sasio](#), ornée par une décoration [Stanliver](#), marque de meuble et ameublement du groupe.

Prévu pour le samedi 15 juin 2019, le défilé [Aramys Group](#) réserve une petite surprise aux spectateurs. Pour ce faire, le textile a décidé de sortir des sentiers battus et des standards des défilés de la mode, à travers une vision plus globale qui traduira l'héritage des marques du groupe.

Alors rendez-vous samedi 15 juin 2019 à l'Amphithéâtre de Carthage.

Quid d'Aramys Goup ?

Un document qui nous est parvenu assure que le groupe Aramys a développé et centré l'essentiel de son activité dans la production textile et la distribution des articles d'habillement et du prêt-à-porter en Tunisie et à l'export.

Le groupe se distingue essentiellement par un savoir-faire intégré verticalement dans l'industrie textile, dans le tricotage, le finissage, la confection, la gestion du produit fini, la gestion des marques, la distribution...

Aramys Diffusion compte aujourd'hui quatre enseignes locales : Blue Island, Sasio, Modeco et Stanliver. Elle opère notamment dans le prêt-à-porter et le sportswear homme, femme et enfant, mais il s'étend aussi aux produits de l'ameublement et de la décoration, les meubles de cuisine et de salle de bain autres meubles d'agencement et aménagement.

Par ailleurs, le document indique que depuis sa création, le groupe a maintenu un cap d'évolution et d'expansion dans le secteur textile (industrie et distribution) sur le marché national et international. Et ce n'est pas tout, puisque la stratégie de diversification de ses activités figure au cœur de la politique du groupe.

D'ailleurs, Aramys Goup compte de nombreux partenaires et clients internationaux de renom, dont Lacoste, Petit Bateau, Celio, Massimo, Dutti, Replay.

Le groupe possède 58 points de vente en Tunisie (meuble et prêt-à-porter), appuyés par des sites de vente en ligne ; 16 sites de production dans 6 gouvernorats du pays, à savoir Tunis, La Manouba, Béja, Ben Arous, Mahdia et Sfax., employant plus que 4 500 personnes, avec un taux d'encadrement de 17%.

Le chiffre d'affaires du groupe en 2018 s'élevait à 100 MDT, soit une progression de 8% par rapport à celui de 2017.



Le textile éco-compatible de fil en aiguille !

par [African Manager](#) - 17/06/2019 17:41



Le textile sera éco-compatible et ami de l'environnement. Le projet fait son petit bonhomme de chemin, comme l'a [confirmé à Africanmanager le président de la Fédération tunisienne du textile et de l'habillement \(FTTH\), Hosni Boufaden](#), qui a révélé que les entreprises tunisiennes du textile conduiront une étude sur l'impact de leurs activités sur l'environnement et les moyens d'en réduire l'ampleur, le tout dans le cadre d'une feuille de route qui sera mise en œuvre de 2020 jusqu'à 2035.

Il a précisé que le projet démarrera dès cette semaine, associant 21 entreprises au titre d'une « expérience modèle », de deux ans, durant lesquels seront analysés et identifiés les aspects négatifs de l'activité textile sur l'environnement et mis en place les mécanismes à même de les maîtriser et même de valoriser les déchets textiles.

Le président de la FTTH a souligné que les normes internationales relatives à la protection de l'environnement dans le secteur du textile sont de plus en plus exigées par les clients et les donneurs d'ordre étrangers, car leur conviction est faite que la responsabilité sociale et la conformité avec les impératifs écologiques sont des déterminants de la toute première importance dans leurs choix industriels et des partenaires. D'ailleurs, a-t-il fait remarquer, maintes entreprises étrangères ont coupé les ponts avec des industriels tunisiens chez qui les stratégies de protection de l'environnement font cruellement défaut.

Autant dire que le projet " Tunisia Sustainable Fashion " , lancé récemment à Tunis, vient à point nommé pour diffuser cette culture écologique dans le tissu industriel tunisien et donner de la vigueur à la reprise qu'il a négocié en 2018, avec des exportations qui se sont envolées de 17,8% et de 16,4% un an plus tôt. D'autant que le projet porte sur l'évaluation et le benchmarking de l'impact environnemental de l'industrie textile/habillement et l'élimination des impacts environnementaux négatifs de cette industrie, en vue de faire du textile tunisien, un secteur écologique.

Un projet en 3 étapes

Il comprend plusieurs étapes, dont la première est une phase pilote ciblant 10 entreprises, alors que la deuxième étape portera sur la rédaction d'un rapport global sur l'industrie tunisienne et la formulation des recommandations destinées à la FTTH et aux instances officielles de la Tunisie. La troisième étape, elle, portera sur le management de la performance environnementale de toute l'industrie tunisienne et la généralisation du projet pilote avec la construction et l'adoption officielle d'un plan d'amélioration continue avec la mise en place d'une procédure de reporting environnemental continue.

Pour le président de la FTTH Hosni Boufaden, le projet permettra aux entreprises du secteur de définir leur stratégie en matière d'adaptation aux exigences environnementales et de piloter leur performance dans ce domaine en vue de répondre aux évolutions futures du marché.

Ce marché, a-t-il dit, est en transition vers un développement durable. La création de la " Sustainable Apparel Coalition ", qui regroupe les plus importants donneurs d'ordres mondiaux du textile et de l'habillement n'en est que l'illustration la plus éloquente. Cette coalition s'est fixée comme but de réduire l'impact écologique et social dans la production des vêtements, aux niveaux de toutes les étapes de fabrication afin de rendre cette industrie plus écologiquement responsable et la doter d'un avantage concurrentiel majeur, lit-on dans les documents de présentation du projet.

L'environnement critère de rentabilité

Il y a une décennie, "une trentaine d'importants donneurs d'ordres, gros distributeurs et chaînes de prêt-à-porter se sont associés pour créer la " Sustainable Apparel Coalition " (Traduction : Coalition pour un habillement durable) dont le but est de réduire l'impact écologique et social de la fabrication des vêtements et de tracer chaque étape de la fabrication de l'habillement pour rendre cette industrie plus écologiquement responsable.

En 2012, cette coalition a rendu public un outil permettant de mesurer l'impact environnemental des produits textiles en l'occurrence l'indice Higg. Grâce à ce Higg Index, l'environnement devient ainsi un critère mesurable de compétitivité, au même rang que le critère financier.

Cette coalition regroupe, actuellement, plus de 200 membres, représentant plus de 40% de la chaîne d'approvisionnement mondiale du vêtement dont des marques internationales telles que Nike, Levy's ou encore H&M et Aldo.

Une nouvelle génération de créateurs de mode émerge en Tunisie

Alors que Tunis a accueilli sa fashion week du 12 au 15 juin, de jeunes stylistes se distinguent dans ce pays marqué par une longue histoire avec le textile.

Par Lilia Blaise Publié le 19 juin 2019



La jeune styliste tunisienne Anissa Meddeb (en robe noire), créatrice de la marque Anissa Aida, à Tunis, en janvier 2018. Anissa Aida

La jeune styliste tunisienne Anissa Meddeb (en robe noire), créatrice de la marque Anissa Aida, à Tunis, en janvier 2018. Anissa Aida

En Tunisie, la fashion week est l'événement mode de l'année. Y participer fait pourtant débat parmi les créateurs d'une scène tunisienne qui commence à se distinguer. « *Il y a un vrai problème d'organisation et de logistique et cela revient trop cher aux créateurs* », témoigne Salah Barka, designer de sa propre marque. L'ancien mannequin, âgé de 43 ans, est connu pour ses vêtements créés à base de fripes et de récupération de tissus d'ameublement. Depuis 2013, il boude l'événement, dont la 11^e édition s'est tenue du 12 au 15 juin. Le coût d'un défilé, salaires des mannequins inclus, revient à environ 5 000 dinars (quelque 1 500 euros), un montant parfois trop élevé pour de jeunes créateurs qui se lancent.

La fashion week demeure malgré tout une belle vitrine pour certains comme Anissa Meddeb, la créatrice de la marque qui monte Anissa Aida, ou les nouveaux diplômés des écoles de mode. « *La fashion week a beaucoup évolué. On peut y trouver une génération d'étudiants qui ne vient pas forcément de Tunis, comme ceux de l'Institut supérieur des métiers de la mode de Monastir qui ont défilé cette année. Leur créativité était rafraîchissante* », commente Sofia Guellaty, fondatrice du magazine en ligne *Mille World* consacré à la mode et à la culture dans le monde arabe.

Pour d'autres comme Salah Barka, la visibilité est ailleurs, dans les ateliers, le bouche-à-oreille et les collaborations avec les artistes. En Tunisie, depuis la révolution, de nombreux créateurs ont émergé, y compris « *grâce à l'usage démultiplié des réseaux sociaux* », indique le jeune créateur Amin Hajri, qui a débuté dans un concept store tunisois et lance désormais sa marque.

« Des savoir-faire ancestraux »

Au lieu de la fashion week, il a participé, le 14 juin, à un défilé organisé par la délégation de l'Union européenne, tout comme Salah Barka ou encore le célèbre Ali Karoui, qui habille des personnalités du Festival de Cannes chaque année. Le concept, intitulé « L'Europe à la mode tunisienne », s'inspire de l'histoire textile en Tunisie, l'une des premières manufactures au Maghreb pour le continent européen. « *Nous avons voulu montrer qu'il y a en Tunisie toute une histoire liée au vêtement, aussi bien la fripe que les artisans aux savoir-faire ancestraux, aujourd'hui en danger de disparition* », témoigne Nadia Baccouche-Le Gendre, directrice artistique du projet.

Si la jeune génération de créateurs se diversifie, les galères ne manquent pas. Dans un pays où le statut d'artiste n'a pas d'existence juridique, l'obtention d'un visa peut être compliquée. Autre lourdeur : celle des réglementations douanières qui n'autorisent pas les créateurs à vendre leurs tenues hors de la Tunisie.

Mehdi Kallel, 35 ans, en a fait les frais en 2018 à l'issue de la fashion week parisienne. De la même génération qu'Ali Karoui et Ahmed Talfit qui habillent les stars du monde arabe et s'exportent à l'international, ce créateur est rompu aux défilés à l'étranger. Mais ses robes ont été coincées à la douane pendant deux semaines à l'aéroport de Tunis-Carthage à son retour. « *Même si j'ai pu les récupérer, cela montre bien nos difficultés. Il y a une paperasse énorme à remplir dès que l'on veut faire sortir des tenues, sans oublier la caution à verser pour assurer le retour. Rien ne doit sortir sans revenir en Tunisie* », déclare-t-il.

Certains, comme Anissa Meddeb qui vise aussi bien l'export (30 %) que le marché local (70 %) via la vente en ligne, ont dû trouver des combinaisons très compliquées pour pouvoir vendre. « *J'ai dû créer trois sociétés, une en Tunisie pour exporter, une SARL en France et encore une société en Tunisie pour pouvoir vendre localement dans les concept stores* », détaille-t-elle.

« Slow fashion » et mode éthique

Malgré ces embûches, en partie liées à un manque de fédération de la filière, la jeune génération commence à se démarquer sur le plan créatif. « *Depuis quelques d'années, nous avons commencé par créer la tendance avec Ali Karoui, Ahmed Talfit et des stars tunisiennes*

qui portent des marques tunisiennes. C'était déjà un grand pas », précise Mehdi Kallel. Cet ancien costumier dans le cinéma a lancé sa griffe en s'inspirant du patrimoine tunisien pour le moderniser, une tendance devenue aujourd'hui très répandue chez les jeunes créateurs.

D'autres puisent dans la mouvance de la « slow fashion » et de la mode éthique comme Anissa Meddeb. Elle utilise le tissage artisanal de la soie dans la médina de Tunis et celui du coton et du lin à Ksar Hellal, dans la région du Sahel tunisien, pour créer des collections épurées aux lignes japonisantes. « *Il faut s'inspirer du patrimoine, mais aussi savoir se démarquer des clichés et de la réinterprétation trop directe des motifs traditionnels* », dit-elle. Salah Barka, lui, arpente les fripes, où il rachète des vêtements même fatigués. « *Plus c'est abîmé ou recousu, mieux c'est. Les fripes, c'est là où s'habillent beaucoup de Tunisiens depuis très longtemps. Cela fait partie de notre histoire* » témoigne-t-il.

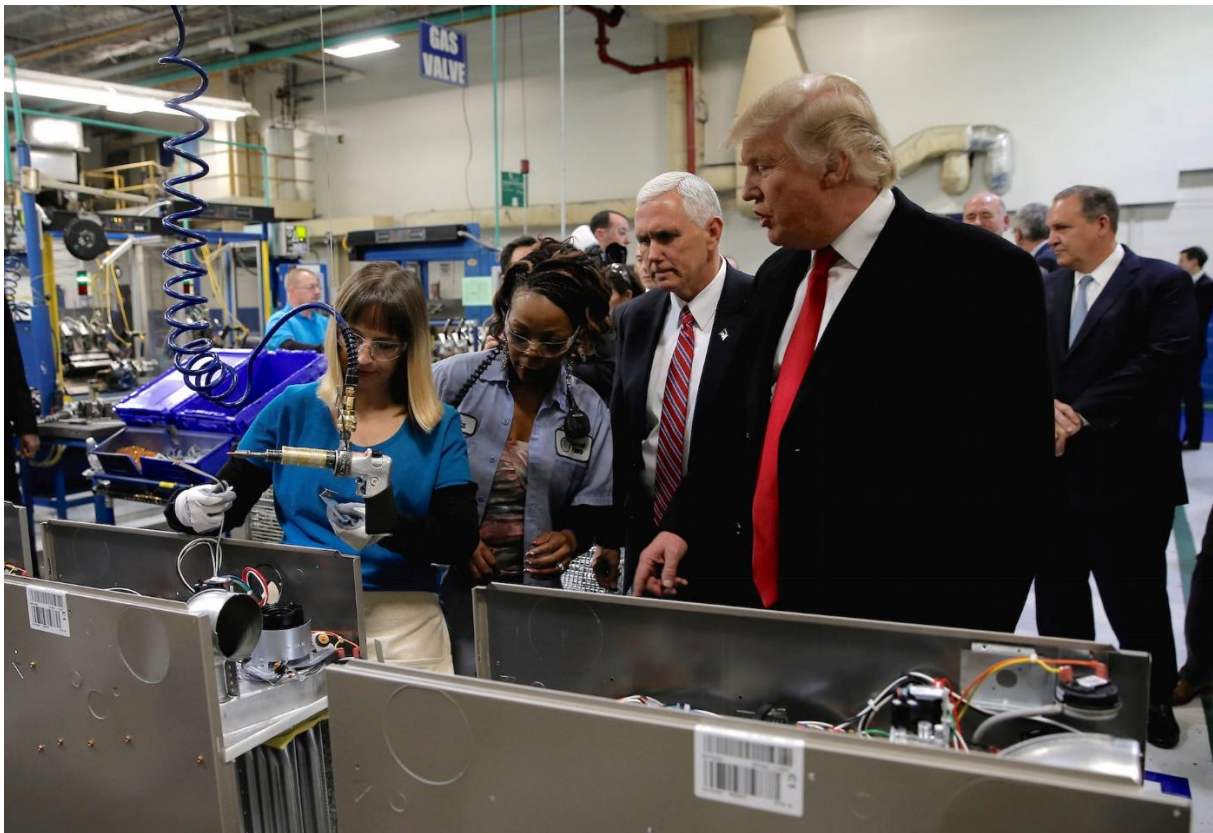
D'autres encore comme le jeune Braim Klei, qui a défilé cette année à la fashion week, privilégient des modèles ultramodernes, très minimalistes, « *mais qui peuvent aller à toutes les femmes* ». Lui aussi est un adepte du mouvement anti-fashion, opposé au rythme des défilés saisonniers. Amin Hajri, enfin, voyage dans l'histoire des beys ou raconte Marie-Antoinette à travers des motifs arabo-musulmans. « *L'idée est de s'éloigner du bling-bling que l'on voit partout. On en a marre des tenues de mariage bouffantes à chaque coin de rue* », rigole-t-il, en référence aux nombreux magasins de vente et location de robes de mariées kitch qui pullulent à Tunis.

Difficile d'identifier une véritable touche tunisienne parmi toute cette variété de créateurs. « *Il n'y a pas d'identité tunisienne au niveau de la mode comme on pourrait parler d'une mode française ou d'une mode milanaise, mais c'est encore une scène jeune, qui explore* », résume Sofia Guellaty.

Dozens of manufacturers are testifying in Washington about how Trump's trade war with China could hurt them. Here's what they're saying.

Gina Heeb

Jun. 25, 2019, 08:11 AM



Mike Segar/Reuters

Mike Segar/Reuters

- **Hundreds of company and industry representatives descended on Washington this month to testify about proposed escalations in the yearlong US-China trade war.**
- **Many manufacturing representatives warned during the first two days of hearings that plans to target another \$300 billion worth of imports from China would lead to higher costs for Americans and threaten US jobs.**
- **Here's what they told the Trump administration, according to US Trade Representative transcripts.**

Hundreds of company and industry representatives **descended on Washington** this month to testify about proposed escalations in the yearlong US-China trade war, which President Donald Trump has suggested could take effect soon after his planned meeting at the end of the week with Chinese President Xi Jinping.

Speaking before US trade officials, a large number of manufacturing representatives warned during the first two days of hearings that plans to target another **\$300 billion worth of imports** from China would lead to higher costs for Americans and threaten US jobs.

The hearings were set to last seven days, with witnesses allowed to speak for five minutes each. Here's what they told the Trump administration, according to US Trade Representative transcripts.

These tariffs will continue to do irreparable harm to our small business. The Section 301 tariffs from List One and Three have resulted in an unexpected cost of over \$600,000, which is significant for a small business like ours. We have determined that an additional cost of the List Four tariffs on our business would be almost \$1 million. -**Teresa Hack, Channel Products**

Imposition of these duties will make the problem of intellectual property theft by China worse, not better. - **Ray Sharrah, Streamlight Inc.**

These proposed actions would assist in eliminating China's unfair acts, policies, and practices. And they would not cause disproportionate economic harm to U.S. interests, including small or medium sized businesses and consumers. - **Mike Branson, Rheem Manufacturers Company**

In assembling in the United States, we are striving to achieve the Administration's goal of shifting production out of China. However a tariff on this component will significantly restrict our ability to do so efficiently and economically. - **Jennifer Dolin, Ledvance LLC**

We support holding US trading partners accountable, and using targeted trade remedies against intellectual property theft, illegal dumping, or subsidies and other proven trade violations consistent with international rules. We also strongly believe that the newly

proposed List Four tariffs will only harm US economic interests. - **Kerry Stackpole, Plumbing Manufacturers International**

The tariffs would deprive many people access to these critical products. This is particularly true as we approach the hurricane season where portable lights are routinely called upon in lifesaving situations. - **Thomas Beckett, Portable Lights American Trade Organization**

PESA believes that some of the proposed tariffs will not be successful in the USTR's states goal of combating China's unfair trade practices. And instead could unintentionally harm the energy manufacturing and service sectors, areas where the US currently enjoys worldwide dominance. - **Tim Tarpley, Petroleum Equipment & Services**

As the Committee recognized then, rather than addressing China's egregious violations of intellectual property and forced technology transfers, imposing these tariffs on high-cost, low-tech pieces of equipment would in fact damage important strategic objectives of modernizing important U.S. infrastructure and put the economic health of our communities, the Commonwealth of Virginia and our country in jeopardy. - **John Reinhart, Virginia Port Authority**

The application of the tariffs is effectively a tax on infrastructure that will negatively affect not just our port, but multiple US ports, damaging an important strategic objective of the US of modernizing seaports and improving US infrastructure and will cause disproportional economic harm to US interests by putting the economic health of our nation's ports in jeopardy. - **Glenn Wiltshire, Broward County Port Everglades Department**

We have seen that these tariffs are adversely impacting American jobs. One of our members canceled the planned addition of 100 US jobs and some of our members have been forced to shift manufacturing out of the United States, which is contrary to the administration's goals. - **Jennifer Cleary, Association of Home Appliance Manufacturers**

So, outcomes: lost jobs; direct investment by Chinese companies, Loftex and others. In our case, lost jobs estimate, 25 percent, maybe

\$600,000 in local jobs. Depending on the timeframe, it could be longer; it could be more. If the tariffs last longer, the impact on jobs goes up. - **Charles Gaenslen, Loftex Home**

By finally addressing China's massive illegal trade activity in the textile sector, the Trump Administration could help direct new investment, production, and employment through the US-Western Hemisphere textile and apparel production chain. - **Daniel Nation, Parkdale Mills**

This has a high potential to cause extreme distress to small businesses that lack the liquidity to absorb these high losses, increasing the risk of default or bankruptcy. - **Brandon Peckman, Real Trading LLC**

Will the tariff on these materials have a negative effect on the Chinese economy? No. Is the US steel industry in favor of these tariffs on these raw materials? Absolutely not. Will the tariffs on these items negatively impact the competitiveness of the US steel industry? Yes, they will. - **John Karson, FX Mineral Inc.**

Indeed, to put the proposed tariffs on this critical raw material we can only obtain from China would do nothing to harm China. It will, instead, only harm us. - **James Archibald, Wm. T. Burnett and Co.**

The proposed changes to tariffs creates disproportion harm to U.S. individuals, companies, and the communities in which we operate. These tariffs would also result in a substantial loss of high-paying ancillary jobs in transportation, warehousing, service, and other industries. - **John Hayes, Ball Corporation**

Our company was experiencing significant growth prior to the tariff discussions. And was planning to invest in additional resources in the U.S. to expand the -- to support the expansion. Due to the proposed tariff increase, all new investments are on hold. And our focus is on cost reduction and downsizing. - **Robert Gaither, Shen Wei USA**

If Make Right were no longer available to customers because of effects from increased tariffs, there will be insufficient supply of

these products to satisfy US demand. - **Adam Freedman, Makrite North America**

Since many of the name brand producers will not be subject to Section 301 tariffs, multinational can and will take advantage of the lack of competition product pricing from Drexel to increase their prices in the agricultural market. In the end, small farmers will pay the price. - **Stanley Bernard, Drexel Chemical Company**

One unintended consequence that every member is facing is the burden tariffs are having on company resources. According to a member, understanding the impact has consumed resources in purchasing, product management, sales, and customer service functions that otherwise would be devoted to growing the business. - **William Hanvey, Auto Care Association**

EU-Vietnam trade agreement to be signed on Sunday

By Leonie Barrie | 25 June 2019

Font size + - Email Print

The EU-Vietnam Free Trade Agreement (EVFTA) is set to be signed on Sunday (30 June), after clearing another hurdle on its way to coming into force.

The EU-Vietnam trade and investment agreements were approved today (25 June) by the Council of Ministers – paving the way for the pacts to be signed by EU Commissioner for Trade Cecilia Malmström, and Romanian Minister for Business, Trade and Entrepreneurship Stefan-Radu Oprea, in Hanoi this weekend.

The EVFTA is split into two separate agreements: a free trade agreement, which only requires the Council's approval and the European Parliament's consent before it can enter into force; and an investment protection agreement which must go through national ratification procedures in all member states before it can enter into force.



Vietnam is already one of the largest clothing and footwear suppliers to the EU

Finalised in December 2015, the trade deal is the most ambitious ever concluded between the EU and a developing country, and will eventually eliminate virtually all tariffs on goods traded between the two sides.

For textiles and clothing, EU import duties on these products from Vietnam will be eliminated over an eight-year phase-out period once the agreement comes into force.

Garments produced in Vietnam from fabrics made in South Korea or other ASEAN countries with which the EU has a free trade agreement will also qualify for duty-free treatment.

The EVFTA is expected to expand Vietnam's textile and apparel exports to the EU market even further.

The country is already the EU's second-largest trading partner within the Association of Southeast Asian Nations. In 2017, the EU imported EUR3.34bn worth of clothing from Vietnam, accounting for 9% of total clothing imports and up 5.7% on the previous year. Between 2014 and 2017, clothing shipments into the EU from Vietnam have jumped 42%.

According to the [re:source by just-style](#) strategic sourcing tool, apparel exports from Vietnam to the EU were subject to an average tariff rate of 9.4% for knitted apparel (HS chapter 61) and 9.2% for woven apparel (HS chapter 62) last year.

Vietnam is also a beneficiary of EU's GSP programme, which offers preferential duty rates for a limited number of tariff lines.

However, there are also [concerns over capacity and labour in Vietnam's apparel and textile industry](#) once the EVFTA and the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) trade pact, of which Vietnam is also a signatory, come into force. As reported on just-style last month, [Vietnam is seeking to boost fabric production](#) so that its domestic garment makers can prosper from the "yarn-forward" rules of origin under the CPTPP trade deal.

Added to this, there is extra pressure on the country as US brands and retailers shift sourcing away from China to Vietnam over US tariff fears.

Next steps

After the agreements have been signed by the EU and Vietnam they will be presented to the European Parliament for consent. Once the European Parliament has given its consent, the trade agreement can be officially concluded by the Council and enter into force. The investment protection agreement will take longer as it will need to be ratified by member states.

Textile-habillement: les accords de libre-échange apportent des opportunités

17/06/2019 22:44

Représentant près de 15% des exportations nationales, le secteur du textile-habillement a un rôle important pour l'économie nationale. Le Vietnam figure en effet parmi les trois plus grands exportateurs de textile-habillement du monde. Il cherche actuellement à tirer parti des accords de libre-échange pour augmenter encore les exportations de ces produits.



Le Vietnam figure parmi les trois plus grands exportateurs de textile-habillement du monde. Photo: VNA/CVN

Selon Vu Duc Giang, président de l'Association du textile-habillement du Vietnam (VITAS), les exportations nationales de textile-habillement ont augmenté après la signature des accords de libre-échange (FTA). Par exemple, le FTA entre le Vietnam et la République de Corée est entré en vigueur en 2015. L'année suivante, les exportations nationales de ces produits vers ce pays d'Asie de l'Est a atteint 2,6 milliards de dollars, soit une hausse annuelle de 9,5%. Elles se sont élevées en 2017 à 2,9 milliards de dollars (+11,8%) et à 3,3 milliards de dollars (+24,9%).

Le ministère de l'Industrie et du Commerce a indiqué que les exportations de textile-habillement étaient de plus de 12 milliards de dollars au cours des cinq premiers mois 2019, soit une augmentation de 10,3% sur un an. Les ventes sur les grands débouchés comme les États-Unis, l'Union européenne, la République de Corée, la Chine et l'ASEAN, ont toutes progressé.

Vu Duc Giang a prévu que les exportations nationales de textile-habillement pourraient s'élever à 40 milliards de dollars cette année. À ce jour, de nombreuses entreprises ont reçu des commandes pour la fin de l'année.

Concernant les effets des accords de libre-échange, notamment de l'accord global et progressif de partenariat transpacifique (CPTPP), des spécialistes ont indiqué qu'ils constituaient des opportunités pour le Vietnam en permettant des lignes tarifaires de 0%. Cependant, il exige que les entreprises répondent aux normes très strictes en matière technique ou de principe du pays d'origine.

Avec leurs capacités actuelles, les entreprises vietnamiennes n'ont pas de grandes difficultés pour satisfaire aux normes techniques. Le problème réside dans les exigences en termes de principe du pays d'origine qui demandent à ce que toutes les étapes doivent s'effectuer dans les pays membres du CPTPP. Il s'agit d'une difficulté, car plus de 60% des matières premières textiles importées par le Vietnam viennent de pays hors du CPTPP.

Trần Thanh Hai, vice-directeur du Département de l'import-export du ministère de l'Industrie et du Commerce, a conseillé aux entreprises d'étudier profondément le contenu du CPTPP pour chercher à s'adapter à la situation. Il les a également appelées à investir davantage dans la recherche et le développement, et à renforcer leurs marques.

Made in Vietnam: US-China tensions spark a manufacturing shift but not without growing pains

PUBLISHED TUE, JUN 25 2019

[Jessica Bursztynsky@JBURSZ](mailto:Jessica.Bursztynsky@JBURSZ)

KEY POINTS

- Companies are starting to question whether it's time to shift production out of China due to the ongoing trade war between Washington and Beijing.
- Many firms are already making the move to other countries, with Vietnam as a major beneficiary of tensions between the world's two largest economies.
- CNBC's Carl Quintanilla reports from Hanoi on Tuesday with a look at Vietnam's manufacturing boom and whether it can be sustained.

Multinational companies are starting to question whether it's time to shift production out of [China](#) due to the ongoing trade war between [Washington](#) and [Beijing](#).

Many firms are already making the move to other countries, with [Vietnam](#) as one of the major beneficiaries of tensions between the world's two largest economies.

President [Donald Trump](#) is set to meet with Chinese President [Xi Jinping](#) at the G-20 summit in [Japan](#) later this week, where the two leaders are expected to restart stalled trade talks.

However, if talks were to prove unsuccessful the [White House](#) has threatened to place 25% tariffs on an additional \$300 billion worth of Chinese goods, essentially all remaining imports into the U.S. from China.

Some companies, such as Brooks Running — which is part of [Warren Buffett's Berkshire Hathaway](#) — are not waiting to see if the additional China tariffs will go into effect. CEO Jim Weber [said back in May](#) that Brooks would be “predominantly in Vietnam by the end of the year.” He also said about 8,000 jobs will move there from China.

Such relocation plans raise the question of whether Vietnam can become the new China. CNBC's [Carl Quintanilla](#) reports from Hanoi, ahead of the Trump-Xi meeting, with a look at Vietnam's manufacturing boom and whether it can be sustained.

Vietnamese firms are starting to grow to try to accommodate the influx of companies, mostly apparel and shoe makers.

Textile firm TNG Investment & Trading told Quintanilla that it's never seen an expansion like this before. Last year, the firm hired 3,000 employees, bringing its total to 15,000.

TNG's Linh Nguyen said it had to build an apartment complex just to accommodate the additional employees. "In order to grow the business, it's more important for us to build a home for the people than actually building a factory."

The demand for technical skills is growing in Vietnam, and the Vietnamese government has a goal of training 2 million people in vocational schools.

More than 90% of students trained in technical skills, such as welding or making electronics, can get hired, said professor Nguyen Quang Huy. He told CNBC that it's "very easy to get a job, and a lot of companies need more people."

However, Vietnam still lacks much of the infrastructure that has enabled China to become a manufacturing epicenter.

Ramping up the ability to transfer goods from Vietnamese factories to ports will be key. Across the country, railroad lines are sparse compared with China's, highways are smaller, and it's still an agrarian economy largely focused on rice.

Vietnam is building a deep-water port that can make transfers easier, but that won't open for another three years