

Sommaire / Summary

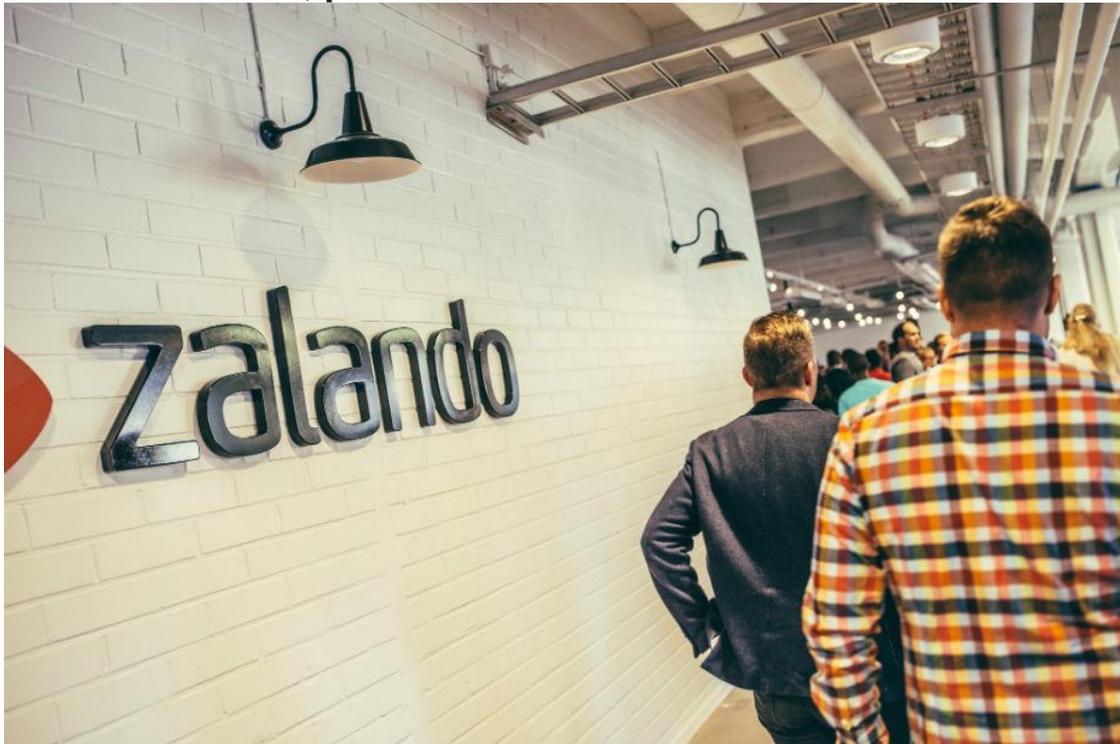
	Allemagne : Zalando, chiffre d'affaires de 6,6 Mrds € en 2018	1
	Asie : le harcèlement sexuel est largement répandu dans les usines de confection	3
	Bangladesh : cartographie numérique des usines de confection	6
	Bangladesh : thousands fired from \$30 billion garment sector	8
	Bangladesh : textile millers knocked out by cheap yarns from China, India	11
	Cambodia : US congressmen introduce Cambodia trade sanctions bill	13
	Cambodia : Commerce Ministry slams congressmen over trade sanctions bill	15
	Cambodia : Prime Minister Hun Sen announces free legal aid for garment workers	17
	China : officials and exporters remain « upbeat » about trade outlook	19
	China's textile & apparel exports up 9.2 % in January 2019	21
	China : US companies adapt to « endless » China tariffs	23
	Chinese textiles giant aspiring to rival French conglomerates LVMH...	26
	France : Decathlon s'essouffle	29
	France : l'offensive chinoise qui bouscule le marché français	32
	France : entretien avec Jérôme Viala, DG adjoint de Lectra	36
	France : Franchise Expo Paris 2019 : les dernières tendances par secteur	38
	Ile Maurice : le textile, une nouvelle crise à l'horizon	40
	India : government needs to focus on man-made textiles, must increase duty...	45
	India : is Chinese products making backdoor entry through Bangladesh	48
	« India Size » garments may hit the shelves soon	51
	Indonesia : Eurovet and Indonesian lingerie industry join forces	53
	Maroc : comment l'AMDIE creuse son sillon	55
	Maroc : le Portugal et le Maroc déterminés à consolider leur coopération textile	59
	Maroc : voici pourquoi l'AMITH intensifie son lobbying à Bruxelles	60
	Maroc : Zara s'inspire au Maroc	62
	Nepal : garment processing zone slated to be ready in April	64
	Tunisie : Abelaziz Sifaoui : « la Tunisie compte des entreprises avec un savoir-faire... »	66
	Tunisie : la Tunisie doit se mettre au diapason de l'industrie 4.0, estime Youssef Chahed	70
	Tunisie : le ras-le-bol des chaînes de magasins d'habillement en franchise	72
	Tunisie : le textile a besoin de 10 mille ouvriers qualifiés	74
	Tunisie : montée en puissance du textile-habillement d'ici 2023	75
	Tunisie : lancement de la première plateforme en ligne de créateurs de luxe	77
	Tunisie : signature du pacte Partenariat Public-Privé dans le secteur textile	79
	Vietnam : Les Etats-Unis, un important partenaire commercial	81
	World : if world trade falls, what is going to happen to fashion ?	83

Zalando publie un volume d'affaires de 6,6 Mrds € en 2018 et vise 20 Mrds € d'ici 5 ans

FLORE FAUCONNIER |

Publié le 28/02/2019

L'allemand Zalando, leader européen de l'e-commerce de mode, a enregistré un chiffre d'affaires 2018 en croissance de 20% à 5,4 milliards d'euros, pour un résultat net de 51 millions d'euros.



Zalando publie un volume d'affaires 2018 de 6,6 Mrds€ et vise 20 Mrds € d'ici 5 ans.© Zalando

- Un site ultra-automatisé chez Zalando pour réduire les délais de livraison
- Zalando se relance dans la beauté

Zalando publie un quatrième trimestre en forte croissance. Sur la période, son chiffre d'affaires a augmenté de 24,6% à 1,7 milliard d'euros, pour un Ebit ajusté de 117,8 millions d'euros. Ce qui permet à l'e-commerçant berlinois de mode et de beauté d'afficher

un chiffre d'affaires 2018 en croissance de 20% à 5,4 milliards d'euros (à 54% sur la zone Allemagne, Autriche, Suisse et à 46% sur le reste de l'Europe), et un Ebit ajusté de 173,4 millions d'euros. Son résultat net, de 56,1 millions d'euros au dernier trimestre, lui permet de finir l'année à 51,2 millions de bénéfices.

Sur l'ensemble de l'année, 26,4 millions de clients actifs (+14%) ont passé 116,2 millions de commandes (+28%), accroissant le trafic de 20% à 3,1 milliards de visites (à 79% mobile !). Leur panier moyen atteignait l'an dernier 61 euros (-5,4%) et ils ont en moyenne acheté 4,4 articles dans l'année (+12,3%). Au dernier trimestre, Zalando s'est montré particulièrement performant, approchant le milliard de visites sur trois mois et 1,3 million de nouveaux clients, sa meilleure progression depuis cinq ans.

En incluant sa marketplace, le leader européen de l'e-commerce de mode revendique un volume d'affaires en hausse de 21,1% à 6,6 milliards d'euros en 2018, dont la marketplace pèse environ 10%. Pour 2019, il table sur un volume d'affaires en progression de 20% à 25% et un chiffre d'affaires en croissance de 20% ou 21%.

L'objectif qu'il fixe à sa plateforme : atteindre 20 milliards d'euros de volume d'affaires d'ici 2023-2024. A cette échéance, il prévoit que sa marketplace pèsera 40% de ses ventes. Zalando employait 15.619 salariés fin 2018.

« Le harcèlement sexuel est largement répandu dans les usines de confection »

Published in Mode on 18-02-2019



Dans un nouveau rapport, l'organisation de défense des droits de l'homme Human Rights Watch appelle le secteur de l'habillement à faire davantage pour combattre le harcèlement sexuel des femmes dans les usines de confection en Asie.

Le non-droit dans 59 pays

HRW affirme que le harcèlement sexuel est monnaie courante dans les usines de confection du Bangladesh, du Cambodge, d'Inde et du Pakistan, pays où de nombreuses marques internationales de mode produisent leurs vêtements. Dans pas moins de 59 pays à travers le monde, il n'existe pas de lois réglementant le harcèlement sexuel sur le lieu de travail. Mais même si ces lois

existent (comme au Pakistan et en Inde), de nombreux employés ne sont pas pleinement conscients de leurs droits ou ont peur de représailles.

« Les femmes craignent des représailles à l'usine et à la maison. Parce qu'elles ne sont pas mariées et viennent d'un milieu conservateur, les femmes dépendent de l'approbation de leur famille pour travailler dans les usines. Si les familles entendent parler du harcèlement qu'elles subissent, ces femmes courent le risque qu'on leur dise de ne plus aller travailler à l'extérieur », écrit HRW.

De nombreuses formes

Le harcèlement sexuel revêt de nombreuses formes telles que les remarques, les blagues, les clins d'œil, les propositions, les attouchements et les insultes. « La violence verbale est courante dans les usines de nombreux pays », poursuit le rapport. Des travailleuses de différents pays ont témoigné d'insultes grossières, souvent exprimées lorsqu'elles posent des questions à propos des installations sanitaires ou des conditions de repos pendant le cycle menstruel.

Parfois, le harcèlement sexuel s'étend même à des situations en dehors du lieu de travail. Une travailleuse indienne de l'habillement citée dans le rapport a déclaré que son superviseur avait appelé plusieurs fois après les heures de travail pour demander des faveurs sexuelles. En retour, il lui promettait un travail plus léger et davantage de pauses. Lorsqu'elle s'est rendue au service des RH, l'incident a été minimisé et on lui a dit qu'elle devait apprendre à s'en accommoder.

Des recommandations

HRW appelle le secteur de l'habillement à soutenir une nouvelle convention de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) pour lutter contre la violence et l'intimidation au travail. « Les gouvernements et les entreprises qui s'engagent en faveur de l'égalité sur le lieu de travail doivent soutenir l'appel de ces travailleurs. Ils doivent voter en faveur d'une convention contraignante de l'OIT en 2019, lorsqu'elle sera discutée à la Conférence internationale du travail à

Genève. Cela permettra aux organisations de défense des droits de l'homme du monde entier de protester contre l'échec des réformes juridiques ou d'insister pour que les lois existantes soient mieux appliquées ».

De plus, l'organisation conseille aux marques de ne plus se fier aux audits sociaux puisqu'ils ne sont pas en mesure de détecter et de traiter le harcèlement sexuel au travail. Il serait préférable d'interroger les employés à l'extérieur de leur lieu de travail, ce qui permettrait d'assurer une totale confidentialité. Mais le montant déboursé par les marques et les usines pour effectuer de tels audits est souvent très limité, de sorte que ces audits mènent généralement de courtes interviews de groupe sur place. Il est peu probable que les employés révèlent la vérité lorsque les managers savent exactement qui est interviewé. Dans un groupe, les gens ont aussi tendance à ne pas parler de sujets sensibles, surtout si le groupe est composé d'hommes et de femmes.

HRW conclut le rapport en faisant cinq recommandations concrètes à l'intention des entreprises mondiales de l'habillement :

- Soutenez publiquement une convention de l'OIT pour lutter contre la violence et le harcèlement au travail
- Publiez la liste complète des usines qui travaillent pour vous
- Menez des enquêtes périodiques pour enquêter sur la violence sexiste et le harcèlement au travail dans tous les pays de production.
- Les marques doivent demander aux usines avec lesquelles elles travaillent si celles-ci ont des sociétés sœurs qui appartiennent à la même société mère et les cartographier.
- Prenez des mesures pour analyser les pratiques d'achat de l'entreprise pour prévenir les risques d'abus dans la chaîne d'approvisionnement.

Lancement de la cartographie numérique des usines de confection au Bangladesh

19 février 2019



Pendant plus de trois décennies, le secteur de l'habillement a été le moteur de l'économie du Bangladesh, générant une croissance économique considérable et employant plus de 3,5 millions de travailleurs.

La cartographie numérique des usines de confection de Dhaka , officiellement **lancée** le 29 juillet 2017, est une initiative significative qui aidera les acheteurs de produits à en savoir plus sur ces entités, a déclaré le 9 février 2019, le ministre du Commerce du Bangladesh, Tipu Munshi.

Il a prononcé un discours à l'occasion du lancement officiel d'une version bêta de la base de données publique interactive en ligne appelée Mapped in Bangladesh, une initiative de recherche menée par l'Université de Brach (BRACU) avec le financement principal de C & A Foundation et le soutien de Brac USA.

Elle contient les noms des usines de confection travaillant pour l'exportation, la localisation GPS, l'adresse postale, le nombre de travailleurs, les produits, les pays d'exportation, les marques et les acheteurs, ainsi que les adhésions, les affiliations et les certifications, qui ont tous été collectés par les enquêteurs. Pour être mise à jour de temps en temps avec des informations vérifiées, la carte devrait être élargie d'ici 2021 pour inclure d'autres usines à travers le pays.

Cette initiative de transparence constitue un point de départ pour repenser l'industrie du vêtement au Bangladesh, a déclaré Md Siddiqur Rahman, président de l'Association des fabricants et des exportateurs de vêtements du Bangladesh (BGMEA).

La Mapped in Bangladesh est suivie par un comité consultatif de projet composé d'experts, comprenant des représentants d'organismes de recherche et de défense des droits, de marques internationales, d'ONG, d'associations industrielles importantes et du gouvernement. L'initiative a également forgé des partenariats stratégiques avec la BGMEA et l'Association des fabricants et exportateurs de tricots du Bangladesh et a reçu l'appui du Département de l'inspection des usines et établissements du ministère du Travail.

Source: <https://www.bracu.ac.bd/> - 12/02/19

Thousands Fired From \$30 Billion Bangladesh Garment Sector

By [Arun Devnath](#) and [Iain Marlow](#)

16 février 2019 à 03:21 UTC+1

- Failure to implement new minimum wage has led to protests
- Factories claim vandalism as more than 10,000 dismissed



Garment workers at a demonstration in Dhaka on Jan. 10. Photographer: Munir Uz Zaman/AFP via Getty Images

Garment worker Rabeya started protesting on the streets of Dhaka in early January to pressure her employer -- one of Bangladesh's major suppliers to European clothing giant H&M -- to pay a new minimum wage for its workers.

On Feb. 9, she said two company officials from Moon Readywears Ltd. told her not to bother returning to her job after lunch. Rabeya, who uses one name, said it's because she joined a campaign to force her employer to pay her colleagues the new minimum by the Bangladesh Government for garment sector workers -- a claim the company denies.

"I was vocal in defending our rights, that's my only fault," said Rabeya, who was paid 9,600 taka (\$114) per month, which is above the minimum wage for a sewing machine operator. "We work hard day in and day out. Suddenly, our bosses come up to us and tell us to go home."

More than 11,000 workers have been fired after recent labor protests, according to one labor union, as Bangladesh's ready-made garment sector faces a renewed bout of labor turmoil. The sector is largely responsible for powering Bangladesh's fast-growing economy: It accounts for \$30.61 billion in export earnings, which is 83 percent of total exports.

Bangladesh has the lowest wages of any major garment exporter in the world, though there are marginal exporters such as Myanmar and Ethiopia that pay less, according to Pennsylvania State University associate professor of labor relations Mark Anner. Globally, it's the second-largest clothing exporter after China and alongside Cambodia had the sector's fastest growth at 6 percent, according to a 2017 World Trade Organization report.

But following the government's move to increase wages just before the Dec. 30 election, workers say factories have refused to follow the new rules, while businesses have accused unions and workers of vandalizing factories. Police and employers have filed cases against more than 3,000 workers. The unrest threatens to drag foreign retailers into another high-profile labor dispute four years after the collapse of the Rana Plaza complex in Dhaka killed 1,100 garment workers in 2013.

Security Concerns

Rabeya's former employer, Moon Readywears, a unit of the Setara Group that has done business with H&M for a decade, denied any wrongdoing. "It's labor migration," said Anwar Kamal Pasha, the company's owner. "If some workers of my company lose jobs, there are specific allegations of irregularities against them." Pasha would not address individual cases and said his company was compliant with the latest wage rules.

Bloomberg spoke to three workers of Moon Readywears who said they had lost their jobs. One of them, Abdul Mannan, a quality inspector, said he was fired Wednesday. Another, Mohammad Rana, was arrested on what he said was trumped-up charges of vandalism during street protests in a police case "influenced by the company". He was later released on bail, but he was fired from his job. The third worker, Abdul Mannan, wasn't given any explanation on why he was fired. He claims the company owes him dues. Pasha did not respond to calls seeking comment on these claims.

In a public statement, Hennes & Mauritz AB, known as H&M, said workers "have recently been dismissed from three factories that produce for H&M," among others, and said it was closely monitoring the situation.

Commerce Minister Tipu Munshi said in an interview that factory owners must follow the new wage law but acknowledged some factories, without identifying them by name,

had failed to do so. "There are some companies that haven't followed the new wage rules," Munshi said. The government has instructed law enforcement to investigate labor activists who have vandalized property, he added, "but not to harass innocent workers who just wanted a salary increase."

Compliance Problems

The Bangladesh government is caught trying to strike a difficult balance between millions of workers and a sector that powers the economy, said Pratyush Rao, an associate director for India and South Asia at Control Risks, a consultancy.

Facing pressure ahead of the country's general election in December, the government raised wages but only to 8,000 Bangladeshi taka -- half of the union demands for a 16,000 taka monthly wage, Rao said. Although he doesn't think the government will roll back wage improvements, there is the possibility the administration "may look the other way" rather than strictly cracking down on ready-made garment, or RMG, factories.

"The government sees the RMG sector as a golden goose," Rao said. "It's one thing to come out with guidelines, and it's quite another in this part of the world, to ensure compliance."

The situation in Bangladesh should be causing foreign retailers to pay attention, said Mark Anner, director of the Center for Global Workers' Rights at Pennsylvania State University. "Local factories must come into compliance with the law," he said. "And brands and retailers need to review their costing practices to adjust for the wage increase."



12:00 AM, February 19, 2019 / LAST MODIFIED: 12:00 AM, February 19, 2019

Textile millers knocked out by cheap yarns from China, India

KEY POINTS

- » Some 30pc of yarn and fabrics worth Tk 15,000cr remained unsold since November
- » Price of 30-carded cotton made yarn fell nearly 11pc to \$2.90-\$2.95 a kg now since November
- » India and China are two major sources for cheap yarn
- » The duty on commercial import of fabrics is nearly 37pc
- » The local textile millers can supply 4bn metres of fabrics a year
- » Around 6bn metres of fabrics are imported from China and 3bn metres from India a year
- » The local textile millers can meet 85pc of the demand from the knitwear sector and 35pc from the woven sector
- » Currently, the total investment in the primary textile sector is Tk 70,000cr

Refayet Ullah Mirdha

Textile millers' stacks of unsold yarns and fabrics are getting higher due to massive leakage of imported bonded goods to the local market and invasion of cheap Chinese and Indian substitutes, said a top BTMA official yesterday.

Since the turn of the year, the local market has become flooded with cheap Chinese and Indian yarns, according to Mohammad Ali Khokon, president of Bangladesh Textile Mills Association (BTMA).

For instance, the widely consumed 30-carded cotton made yarn can now be bought for \$2.90 to \$2.95 a kg, down from \$3.25 to \$3.30 per kg in November last year.

This has left the textile millers with 30 percent unsold inventory worth about Tk 15,000 crore.

Subsequently, the BTMA president met with Salman F Rahman, prime minister's adviser on private industry and investment, on Sunday to request the government to take measures to stop the illegal imports.

“A section of unscrupulous traders have been importing yarn illegally in connivance with some government officials,” Khokon said in a statement after the meeting with Rahman at his residence.

For example, they open letters of credit for importing one truck of yarn through Benapole but they end up importing more due to lack of proper monitoring at the land port.

If the illegal imports are not checked, the local factories' inventory will soar and they will feel discouraged to continue production, he said.

The local spinners, which can meet 85 percent of the demand from the knitwear sector and 35 percent from the woven sector, have already slashed production by 40 percent because of the recent development.

Another problem afflicting the textile millers is that a section of unscrupulous traders have been selling goods imported under bonded facility.

The government allowed import of duty-free goods under bonded facility only for export-oriented garment factories.

“The importers are not interested in commercial import as they would have to pay nearly 37 percent duty.”

If the two issues are not addressed, the primary textile sector, which has Tk 70,000 crore tied up, will regress, he added.

US Congressmen Introduce Cambodia Trade Sanctions Bill

27 February 2019



FILE PHOTO - Prime Minister Hun Sen, center, leans over a garment worker during a visit to a factory outside of Phnom Penh, Cambodia, Wednesday, Aug. 30, 2017. (AP Photo/Heng Sinith)

The legislation would allow the US to withdraw, suspend or limit trade privileges Cambodia enjoys.

WASHINGTON DC —

Two US congressmen have introduced a bipartisan bill to review Cambodia's preferential trade treatment over the country's human rights record.

Congressman Alan Lowenthal (D-CA) and Steve Chabot (R-OH) introduced the Cambodia Trade Act, which would require the US government to review Cambodia's status under the Generalized System of Preferences, which grants the country exemptions and reductions in tariffs.

The legislation would allow the US to withdraw, suspend or limit trade privileges Cambodia enjoys.

"The regime of Hun Sen has steadily dismantled what was the burgeoning democracy of Southeast Asia," Lowenthal said in a statement. "He has undermined the will of the people, subverted the promise of free and fair elections, and wielded power with the iron glove of a dictator.

"Intimidation, threats, violence, and even murder are the tools of his regime. He and his regime must pay a price for their role in destroying the rule of law and violating the basic freedoms of the Cambodian people."

Cambodia has received preferential trade status since 1997. The country exported some \$400 million in garments and textile products to the US duty-free last year, according to an industry body.

Senators Ted Cruz (R-TX) and Chris Coons (D-DE) introduced a similar legislation to the Senate in early January.

The European Union, citing human rights violations by Hun Sen's government, has also begun a process to suspend their preferential trading status with Cambodia under the Everything But Arms scheme.

"As I have said repeatedly in the past, Prime Minister Hun Sen must be held accountable for uprooting democracy in Cambodia," Chabot said. "Cambodia continues to receive preferential trade status when dealing with the United States while he continues to trample on the rights of his people. In light of his actions, it is time for us to reevaluate this special treatment."

Commerce Ministry Slams US Congressmen Over Trade Sanctions Bill

01 March 2019



Cambodian garment workers are going to work at a factory located in Sihanoukville province, Cambodia, February 12, 2019. (Aun Chhengpor/VOA Khmer)

Cambodia exported \$400 million in garments and textile products to the United States duty-free last year, according to GMAC.

PHNOM PENH —

A senior commerce ministry official has called on the United States to carefully consider the consequences of imposing trade sanctions on Cambodia over its human rights record.

Two US congressmen, Alan Lowenthal, and Steve Chabot, this week filed a bill that proposes the US government consider removing Cambodia from the Generalized System of Preferences (GSP), a preferential trade scheme.

Seang Thay, a commerce spokesman, said on Wednesday that the US should not rush to judgment and first look at “the happy faces” of garment workers.

“It’s merely a request that they come and look in every corner [of the country],” he said. “It’s improper to listen to just one person, two people, three people, or four people. They should come and see what’s going on with Cambodians.”

Thay added that the economic impact of removing Cambodia from the GSP would be devastating.

He added that if the motivation behind the move was a perceived democratic deficit, Washington should reconsider. “It doesn’t mean that Cambodia is not grateful for what we have been given so far, such as tax exemptions on some goods, but we paid tax on other goods,” he said.

Phay Siphan, a government spokesman, and Ken Loo, secretary general of the Garment Manufacturers Association in Cambodia (GMAC), could not be reached for comment.

Moeun Tola, executive director of the Alliance of Labor and Human Rights, said the GSP was essential for the Cambodian economy, along with the EU’s Everything But Arms (EBA) scheme, which is also under review.

“Cambodia must not let them happen at the same time, both the EBA and GSP,” he said.

Under the GSP, Cambodia has received preferential trade status since 1997. The country exported \$400 million in garments and textile products to the United States duty-free last year, according to GMAC.

Prime Minister Hun Sen announces free legal aid for garment workers

[Khorn Savi](#) | Publication date 21 February 2019 | 10:46 ICT



Prime Minister Hun Sen announced on Wednesday that factory workers will also have access to legal representation free of charge. [Pha Lina](#)

Prime Minister Hun Sen announced on Wednesday that factory workers will have access to legal representation free of charge once his volunteer group of his lawyers is established, while civil society groups say the government should instead improve labour law enforcement.

Delivering a speech to garment workers in Kandal province on Wednesday, Hun Sen said he had allocated \$500,000 from his own budget to create a group of 50 lawyers to defend disadvantaged women, particularly widows – and that garment workers could also seek help from them free of charge.

“I have already officially decided. Now I have 2,000 million riel or \$500,000 in my hand to finance the work of my lawyers. But I am asking Ky Tech, the head of the government’s lawyers, to help me in preparing [the group]. This is not from the state budget. It is a budget I raised to establish a group of lawyers to defend poor clients,” he said.

He said the 50 lawyers would be deployed across Cambodia, with two lawyers for each province and Phnom Penh. They would come under the management of one head and four deputy heads.

“[It is] for defending women who are in prison. This is the policy for our women. I will make it happen in a short period of time. Nieces [and] nephews, as garment workers, if [you] have court cases, do not forget to seek help from my lawyers free of charge,” Hun Sen said.

National Union Alliance Chamber of Cambodia president Som Aun said he supported the move, believing that poor women, especially female garment workers, would now have qualified defence lawyers to help them if they found themselves in court.

“Currently, we notice that when the poor and weak have problems in court, most of them do not have the capacity to hire lawyers because they do not have enough money, and some lawyers are not so experienced. This means they lose a lot of their cases,” he said.

Centre for Alliance of Labour and Human Rights (Central) executive director Moeun Tola praised the positive intentions in creating the lawyers’ group but wanted the government, through the Ministry of Labour and Vocational Training, to provide unions with the freedom to operate and have other related rights as stated in the Labour Law.

He said the government should put its weight behind improving the work of officials who mediate in labour disputes as some abused their position.

“Labour inspectors have rights to judge who is right and wrong. Mediating officials do not have the right to do so.”

“They only have the right to explain the law regarding employers’ and employees’ responsibilities. So let the two parties try to reconcile. If they don’t reach a deal, the mediators can file a report with the minister [of Labour and Vocational Training] and the arbitration council.”

“In general, we observe that mediators act beyond their remit. They act as judges in deciding whether employers are right or workers are wrong . . . Workers have pointed out that when mediators behave like that, it can involve corruption,” he said.

Ministry’s spokesman Heng Sour could not be reached for comment.

Officials and exporters remain 'upbeat' about trade outlook

17:55 UTC+8, 2019-03-01

Ding Yining
17:55 UTC+8, 2019-03-01



Officials and exporters said they remain upbeat about the trade outlook and that they've been responding actively to adapt to market shifts.

"Textile companies are shifting focus in the wake of new market trends to develop an industrial cluster and to expedite overseas expansion, as well as the adoption of smart manufacturing technologies in the face of rising costs," said Cao Jiachang, chairman of the China Chamber of Commerce for the Import and Export of Textile and Apparel.

"Export trade will see new opportunities under the newly-announced development plan to seek integrated development of the Yangtze River Delta region and a new round of opening-up efforts is also under way,"

Deputy Director Shen Weihua at the Shanghai Commerce Commission told the Import and Export Forum of East China Fair on Friday. "We need to strengthen our development foundation and secure stable development amid a complicated external situation."

Katherine Zhu, manager of the No.8 Import and Export Department at Shanghai Dragon Corporation, an affiliate of Shangtex Holding Corp, said its Ethiopian sweater factory began operation in mid 2018.

It produces about 100,000 garments and pieces of apparel, with the production cost now about 20 percent less than those made in southeast Asian countries.

"Overseas garment retailers have seen flat sales performance over the past year and have been demanding a lower procurement price — having a manufacturing presence in Africa has helped lower our production costs to secure future orders," she told Shanghai Daily.

The local downstream and upstream industry chain still needs two or three more years to be built up, and the garments will be exported to buyers in Europe and America, she noted.

It's also the first African manufacturing site for a Shanghai-headquartered company as the textile and apparel company actively respond to the Belt and Road initiative.

Textile and apparel exports from eastern China account for two thirds of the total textile export in the country last year.

China's total textile export size rose 8.1 percent last year to US\$119.1 billion, while apparel export remained almost unchanged, edging up 0.3 percent at US\$157.6 billion, as most manufacturers are moving their factory lines to southeast Asian countries where labor costs are lower.

Apparel and textile export to Belt and Road nations have been on the rise for the past three years, and climbed 5.3 percent last year, while export to

ASEAN countries jumped 11.7 percent, the fastest growth rate among major markets.

Cao from the China Chamber of Commerce for the Import and Export of Textile and Apparel also called for apparel manufacturers to target domestic consumption and to cater for consumers' increasing demands for higher quality garments and textile products.

The 29th East China Fair kicked off today and will run until Monday. It has attracted over 4,000 companies, including more than 500 overseas enterprises.



Dong Jun / SHINE

Dong Jun / SHINE

Source: SHINE Editor: Wang Yanlin

China's textile & apparel exports up 9.2% in Jan 2019

23

Feb '19



[Textile](#) and apparel exports from China increased by 9.2 per cent in January 2019 over the same month of the previous year to \$... billion, according to the [data](#) from the General Administration of Customs.



12:00 AM, March 03, 2019 / LAST MODIFIED: 12:06 AM, March 03, 2019

US companies adapt to 'endless' China tariffs



The Chinese and US national flags are seen before the start of a conference in Beijing among China, France, Russia, Britain and the US. Photo: Reuters/File

Reuters

US manufacturers are accelerating their shift out of China, coming to terms with a new reality: the Trump administration's tariffs will not go away any time soon.

US President Donald Trump's lead trade negotiator, Robert Lighthizer, warned lawmakers on Wednesday that the United States would need to keep the threat of stiff

tariffs on China in place for years, even if a trade deal is inked, as part of an enforcement mechanism that would include frequent reviews of whether China was abiding by any agreement.

That confirms what many companies have already concluded. Even if the hot phase of this trade war passes, tensions will linger and continue to reshape the economic relationship between the world's two largest economies.

“As you look at the way these negotiations are shaping up, you must certainly think: not only will it take a while for the talks to reach their full conclusion, but there's going to be enforcement mechanisms,” said Steve Lamar, executive vice president of the American Apparel and Footwear Association. “I would imagine punitive tariffs are going to be with us for a while.”

Apparel and footwear manufacturers have been shifting their production mix to factories in other countries like Vietnam, Indonesia and Egypt for much of the past decade, but the push has intensified due to the trade war, Lamar said. The United States has not hit most finished apparel and footwear with punitive tariffs, but “even if the threat (of more tariffs) never materializes and it's always out there, who wants to live with that threat?” he said.

It will take years, however, for large manufacturers and retailers to build new supply networks. Many companies have held off raising prices to offset tariffs, in hope that they would go away.

As it becomes clear that the risk of tariffs will linger, more companies are taking steps to mitigate them and accepting trade conflict with China as a new fact of life, according to businesses and trade groups interviewed by Reuters.

One company already moving some production out of China is Bissell Inc., the vacuum maker. CEO Mark Bissell said long before tariffs, he was looking for alternatives due to rising costs in China.

Tariffs, he said, are the “burning platform” forcing him to jump. Bissell expects to have some of the company's China production shifted to Vietnam, Malaysia and Mexico by the end of the year, and said Lighthizer's comments confirm what he was already doing.

“The geopolitical issues between the two countries will continue to be large and with so much at stake, the relationship will be touchy going forward,” Bissell said in an email.

“Diversifying the supply chain makes continued sense and I don't see a reversal of course.”

Jacob Parker, vice president of China operations at the US-China Business Council in Beijing, said even in the event of a trade deal, it was possible the persistent threat of tariffs would continue to push US companies' supply chains out of the country. Similarly, Chinese firms are likely reconsidering their reliance on US companies, he told Reuters.

It remains unclear whether the United States will prevail in its trade war against China. Lighthizer, testifying to the US House Ways and Means Committee, said a great deal of work remains to hammer out a deal, including agreeing on how it would be enforced. Many companies are stuck in a wait-and-see mode, but the realization that there will not be a quick fix is growing.

“The longer it goes on, the more likely (the China trade battle) becomes more permanent,” said Todd Stucke, senior vice president of marketing, product support and strategic projects at Kubota Tractor Corp., the US arm of Japanese tractor maker Kubota Corp. “I'm hoping it doesn't.”

Chinese textiles giant aspiring to rival French conglomerate LVMH eyes assets listing in Singapore

- Shandong-based firm has spent US\$4.6 billion on foreign acquisitions since 2010
- Ruyi will also focus on integrating acquired businesses



Eric Ng

Updated: Monday, 25 Feb, 2019 10:25am



Kelvin Ho Cheuk-yin, chief strategy officer at Ruyi Holding Group. Photo: Nora Tam

Chinese apparel and textile maker Ruyi Holding Group, which harbours ambitions of becoming the country's answer to French luxury brands conglomerate LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, plans to list some of its assets in Singapore, according to chief strategy officer Kelvin Ho Cheuk-yin.

The company, one of China’s biggest textile manufacturer, is controlled by Shandong tycoon Qiu Yafu and has been on an acquiring spree. It has a woollen clothing manufacturing listed unit in Shenzhen, as well as listed apparel production and distribution platforms in Tokyo, Paris and Hong Kong through businesses it has acquired since 2010.

“We will seek opportunities for our assets to become publicly listed in a stock exchange in Southeast Asia, especially in Singapore, which is a very good capital market to explore,” Ho said in an interview. “We hope to have a funding platform in suitable major capital markets, in different parts of the world, to gain better access to global investors.”

Ho, however, did not provide details about lines of business or assets being considered for flotation. The Jining, Shandong province-based company has more than 20 subsidiaries in 11 countries, and more than 5,000 retail stores in 33 countries.

Ruyi is building “the world’s largest global, vertically integrated textile and fashion business”, according to the company. It has, since 2010, acquired for US\$4.6 billion stakes in cotton farms in Australia, wool trading companies in New Zealand, a textile innovator in the United States as well as mid to high-end apparel brands and distribution companies in Japan, France, Hong Kong, Britain and Switzerland.

Overseas acquisitions by Ruyi Holding Group

<i>Announced</i>	<i>Deal value (US\$m)</i>	<i>Target</i>	<i>Business</i>	<i>Target nation</i>
May 24, 2010	44	Renown (41.18%)	Clothing production and retail	Japan
Aug 31, 2012	232	Cubbie Group (100%)	Cotton farming and other crops	Australia
Mar 31, 2016	1,465	Groupe SMCP (100%)	Fashion retail	France
Mar 2, 2017	117	Aquascutum (100%)	Luxury clothing production and retail	Britain
Oct 28, 2017	2,000	Invista (100%)	Advanced textile materials production	US
Nov 23, 2017	17	Bagir Group (54%)	Tailored garments production	Israel
Feb 9, 2018	700	Bally International (majority)	Footwear, accessories, clothing retail	Switzerland

Source: Dealogic

SCMP

Last month, it completed an about US\$2 billion purchase of apparel fibre brands including Lycra, Coolmax and Thermolite from Invista, one of the world’s largest producers and a unit of US chemical giant Koch Industries.

Ho said Ruyi aims to list these brands, which are now part of a new unit called The Lycra Company.

“There is no concrete plan about the timetable and listing venue, but it will be one of the leading stock markets globally ... these decisions will be made by its management,” he said, adding that the Nasdaq as well as Hong Kong were possible IPO destinations.

In the coming year, Ho said, Ruyi will shift its focus from acquisitions to integrating its acquired businesses to realise synergies with its up- and downstream operations.

For instance, it plans to lease capacity from The Lycra Company and take over management of Ruyi’s 60,000 tonne-a-year spandex factory currently in an advanced stage of construction

in Yinchuan, in the northwest Ningxia Hui autonomous region. Part of its capacity will be used to produce high-end spandex under the Lycra brand.

“This will provide a growth driver for The Lycra Company, which has 90,000 tonnes of Lycra output capacity globally, while helping Ruyi’s plant upgrade its offering to higher-end and more lucrative products,” said Ho.

Decathlon s'essouffle



Par Angélique Vallez-d'Erceville

Mis à jour le 17/02/2019 à 17h50 | Publié le 17/02/2019 à 17h45

La course aux prix bas et aux marques propres du leader mondial a fait fondre sa rentabilité de 19%.

«Citius, fortius, altius» (plus vite, plus haut, plus fort), la devise olympique n'a pas réussi à **Decathlon**. En opérant un virage stratégique trop rapide, le groupe nordiste a perdu l'adhésion d'une partie de ses clients. En 2018, la croissance du numéro un mondial des articles de sport a été divisée par deux. Après des années de progression à deux chiffres, son chiffre d'affaires a crû de seulement 5%, pour atteindre 11,3 milliards d'euros. Le résultat net a fondu de 19%, pour tomber à 497 millions d'euros.

Les quatre premiers marchés de Decathlon United (le nouveau nom du groupe), France, Espagne, Chine et Italie, qui représentent 70% du chiffre d'affaires, sont orientés à la baisse. En France, les ventes ont reculé de 5%, à 3,14 milliards d'euros. «L'année 2018 a été maussade en France,

mais parfois brillante à l'international», a souligné Nicolas Belluye, responsable finance de Decathlon United.

Plusieurs facteurs expliquent ce point de côté. À commencer par la volonté quasi dogmatique de proposer des prix bas tous les jours. Mais pour faire sienne la promesse bien connue de Walmart, Decathlon a voulu accélérer le départ des grands équipementiers (Adidas, Nike, etc.) et baisser les prix sur ses marques maisons (Quechua, Kalenji, Artengo...). Étant donné que tout était déjà vendu à prix plancher, l'enseigne a supprimé les avantages de sa carte de fidélité et les soldes. Au global, Decathlon a baissé ses prix de 5%. En parallèle, l'enseigne a développé et spécialisé ses marques propres sur chaque nouvelle pratique sportive (paddle, trekking, basket-ball...). Au nombre de 25 hier, elles sont désormais 70 et pourraient atteindre la centaine à horizon 2020.

Mais les consommateurs se sont retrouvés perdus dans des rayons trop segmentés, les grandes marques sont parties avec leur chiffre d'affaires et la baisse des prix n'a pas entraîné de hausse des volumes. «La baisse de résultat net était assumée, car elle venait soutenir notre développement géographique et la baisse des prix. Mais on pensait que ce serait deux fois moins», admet Nicolas Belluye, responsable financier de Decathlon. Au cœur de l'été, Matthieu Leclercq, fils du fondateur de Decathlon, a fait les frais de ces résultats. Sur fond de désaccord avec les deux familles actionnaires de Decathlon (Leclercq et Mulliez), **il a quitté la présidence du conseil d'administration**, où il siégeait depuis six ans. Laissant la direction générale à Michel Aballéa.

30 millions d'euros sur la rémunération investis

Les équipes aussi ont pâti de ces coups de volant trop rapides. Leur rémunération étant indexée sur les ventes, les salariés ont vite sonné l'alarme. L'enseigne a dû renégocier en juillet un nouvel accord de primes et intéressement avec les syndicats et investi 30 millions d'euros sur la rémunération.

Cette année, Decathlon espère reprendre des chemins moins hasardeux. En janvier, l'enseigne a fait des soldes et insiste sur l'importance des Autres marques internationales (AMI). Fabien Derville, un cousin de Gérard Mulliez, a été nommé président du conseil d'administration de Decathlon. «Après le décrochage en mars, nos plans d'actions correctifs ont performé, assure Nicolas Belluye. On ne renie pas la stratégie, mais le rythme de la transition. Notre ambition est de retrouver une croissance à deux chiffres, de reconquérir nos parts de marché.» Malgré les obstacles, Decathlon ne compte pas laisser à d'autres la première marche du podium.

Habillement: l'offensive chinoise qui bouscule le marché français



Par Anne-Sophie Cathala

Mis à jour le 27/02/2019 à 17h15 | Publié le 26/02/2019 à 20h31

ENQUÊTE - L'essor du «made in China» dans la mode a fait émerger de nouveaux acteurs en France qui s'approvisionnent en vêtements dans l'empire du Milieu et fournissent des détaillants partout en Europe. Deux nouveaux centres d'affaires pour grossistes viennent d'ouvrir près de Paris et à Marseille.

Les «nouvelles routes de la soie» mènent au cœur de la région parisienne. Avec ce projet politique d'envergure, Pékin veut réactiver les voies commerciales entre l'Asie, l'Europe et l'Afrique. Un des pans de ce gigantesque plan s'est concrétisé en novembre à Tremblay-en-France (Seine-Saint-Denis), avec l'inauguration du Silk Road Paris, un centre d'affaires pour grossistes de l'habillement. Ce centre veut en découdre avec les plus anciens magasins de gros des rues d'Aubervilliers et de son CIFA, premier centre, né en 2006.

Cette offensive illustre la révolution en cours dans le monde de l'habillement, avec la part prépondérante prise par la Chine dans la production mondiale. La fin des quotas d'importation de textile chinois, en 2005, a bouleversé à la fois l'économie française du secteur et le paysage parisien. D'abord est apparu le «Sentier chinois», avec les fabricants et grossistes d'origine chinoise des IX^e et II^e arrondissements de Paris, où ils

ont rejoint les communautés juives d'Afrique du Nord. Puis la confection y a ralenti, au profit du gros importé, qui s'est ensuite développé hors de Paris, d'abord au CIFA. Ici, comme à Tremblay, pas ou peu d'ateliers.

«Une mission collective»

Entrepreneurs, investisseurs et rois de l'immobilier parient sur un nouveau modèle économique. Le métier de grossistes intermédiaires, s'approvisionnant à 80 % en articles d'habillement made in China. Leur offre est constituée de marques inconnues (YSA, C'Magnifique, Satine, Lilly Fashion...) revendues par des magasins indépendants. Sur 18 % des vêtements vendus en ligne en France, moins de 5 %, en valeur, sont des «no name», selon Accenture. Une part qui grimperait jusqu'à 10 % des ventes, en volumes, en réseau physique, marchés et multimarques en tête.

Fin novembre, Jean-Pierre Raffarin, représentant du gouvernement en Chine, saluait en Tremblay «un projet qui va servir des intérêts privés, mais remplit une mission collective». Le PDG d'Alves Ribeiro, constructeur du site, et la conseillère à l'ambassade de Chine ont, eux, félicité les nouveaux commerçants, Français nés en France ou d'origine chinoise, venus d'Aubervilliers ou Paris, où eux, leurs parents, voire grands-parents sont arrivés, par vagues, depuis les années 1980, pour confectionner, puis, surtout, importer de la mode. La 3^e génération manie aussi bien le français, le chinois que l'anglais et sort de bonnes universités et écoles.

Sous haute surveillance



À Tremblay-en-France, le plus récent des centres de gros du textile, Silk Road Paris, compte déjà 400 boutiques. Il s'étendra à terme sur 200.000 m², avec l'objectif de détrôner le CIFA. - Crédits photo : Crédit : Silk Road Paris

La proximité de Roissy, à 5 minutes de Silk Road, autoroutes, TGV et RER sont présentés comme autant d'atouts pour en faire «le plus grand centre d'activités et de commerce entre professionnels en Europe», sur 200.000 m². Objectif: détrôner le CIFA. Encore faut-il le peupler. 100 stands sur 400 ont trouvé preneur. 70 % des arrivants sont devenus propriétaires, à crédit, de «comptoirs», à 500.000 euros l'unité.

Au Silk Road, ils investissent pour leurs enfants. Un couple expert en tenues de mariage a acquis deux magasins pour un million d'euros. Design épuré, garages et monte-charges individuels, vitrines de plain-pied... Silk Road reflète leur réussite et garantit leur sécurité. Impossible de braver grilles, gardiens, caméras 24 h sur 24, argument béton après des violences contre la communauté chinoise à Aubervilliers.



À Marseille, le jeune MIF 68, sur 5 hectares, face au centre commercial Grand Littoral, mêlera très vite 80 grossistes à des créateurs de mode. - Crédits photo : Crédit : MIF 68

À Marseille, quelques grossistes ont rallié le MIF 68 (Marseille International Fashion Center), inauguré début 2018. Denghhuo Chen, Chinois des anciens «Sentiers», président du MIF 68, Xavier Giocanti, proche de Christine Lagarde, et Gurvan Lemée sont promoteurs et co-investisseurs. Ils ciblent, avec un prêt-à-porter d'Asie ou d'Italie, multimarques et enseignes du sud de l'Europe et nord de l'Afrique. Sur 95 boutiques, 70 % ont trouvé preneurs, en majorité chinois. «Nous proposons aussi un espace aux créateurs, souligne Guvan Lemée, pour se démarquer. Banditas, née à Marseille, a trois magasins. Un festival conviera des marques de l'autre rive de la Méditerranée.» Les nouveaux centres de grossistes doivent faire leurs preuves. Sur 12 milliards d'euros d'articles de mode qui passent par eux en France, 4 transitent par l'Île-de-France. Le cœur du réacteur reste Aubervilliers, première plateforme européenne d'import-export avec la Chine, prisée de clients du Benelux, d'Allemagne, d'Espagne, du Portugal.

Fournisseurs pour de grandes chaînes de vêtements

Le CIFA, fort d'un solide investisseur, Eurazeo, qui en a acquis 78 % en 2015, a été agrandi et relooké. Il garde la main, avec un volume d'affaires de quelques milliards. Sur ses 250 boutiques de gros, seules 20 sont vides, à l'étage. Il fidélise les plus influents des grossistes d'une ville où leur nombre a bondi de 700 à 2000 entre 2010 et 2018. Sur 2 km, ce sont 10.000 emplois qui dépendent d'Aubervilliers. Certains réalisent, au CIFA, jusqu'à 8 millions d'euros de chiffre d'affaires et, en moyenne, un million, contre 400 euros le m² de loyer annuel.

«C'est une zone très porteuse, dans le cadre du Grand Paris, de la future université Condorcet et de programmes d'habitation, résume Renaud Haberkorn, directeur des investissements d'Eurazeo Patrimoine. La capacité de réactivité des grossistes et fabricants du CIFA répond aux attentes de la fast fashion.» Quelques grossistes du CIFA créent et importent des lignes pour des licences célèbres (Georges Rech ou Manoukian). Spartoo ou Showroomprivé, pour leurs marques propres, mais aussi de grandes chaînes s'y fournissent en secret, selon nos informations. Les nouveaux Sentiers montent en gamme, mêlant un made in China, Vietnam, Prato (Italie) ou Turquie prédominant, à un peu plus de made in France ou Europe.

Peu importe la chute des ventes d'habillement en France (- 2,9 % l'an passé). Les grossistes ont des fournisseurs réactifs, exportent loin et serrent prix et marges en misant sur les volumes. Ils songent, même, à refabriquer en France, pour répondre à la demande de marques friandes de nouveautés et prompts réassorts. «Quand ça va mal, les entrepreneurs d'origine chinoise ne se plaignent pas mais redoublent d'efforts», résume l'un d'entre eux.

Les chiffres en 2018:

- **10 %**: estimation de la part des vêtements vendus par les grossistes en France, selon Accenture

- **27,8 milliards d'euros**: chiffre d'affaires (prix consommateurs) du marché français des vêtements

- **5,68 milliards d'euros**: montant des importations françaises de vêtements fabriqués en Chine (prix de gros)

À Paris, le Sentier tente de se réinventer

Concurrencés par les grossistes d'origine asiatique, les acteurs traditionnels du Sentier, à Paris, tentent de se réinventer. Ces entrepreneurs issus, pour certains, des communautés juives d'Afrique du Nord, avaient déjà créé, dans les années 1970, une mode française (Chevignon, Morgan, ou Gérard Darel). Certaines ont été depuis rachetées par des financiers ou industriels chinois.

Si beaucoup de grossistes et d'ateliers ont quitté le Sentier, des fidèles restent, encouragés par une nouvelle génération de commerçants et de façonniers: Opull'Ence, LennyB, ou encore La Petite Française, Chloé Stora, «le tout dans une belle ambiance style *La Vérité si je mens*», apprécie Patrick Aboukrat, des boutiques Aboudabi Bazar, familier de cet univers.

Entretien avec Jérôme Viala, DG adjoint de Lectra

14/02/2019 15:45 | Boursier | 57 | Aucun vote sur cette news

Daniel Harari souhaite demeurer aux commandes de Lectra



Boursier.com : Quel bilan tirez-vous de l'année écoulée ?

2018 constitue la seconde année de notre feuille de route 2017-2019. Tous les objectifs qui avaient été fixés pour cet exercice écoulé ont été atteints. Nous avons ainsi lancé notre nouvelle offre produits en temps et en heure... Les résultats financiers 2018 ont atteint un nouveau record avec un chiffre d'affaires de 282,6 Millions d'Euros et un résultat opérationnel de 40,2 Millions d'Euros. Le bilan est plus fort que jamais avec des capitaux propres de l'ordre de 170 Millions d'Euros et une trésorerie nette de plus de 100 Millions d'Euros...J.V.

Boursier.com : En revanche, les commandes de nouveaux systèmes ont été quelque peu décevantes...

Nous anticipions initialement une croissance des commandes de nouveaux systèmes alors qu'elles sont ressorties en réalité stables. L'environnement s'est avéré plus compliqué que prévu avec notamment les risques d'escalade commerciale. Dans le textile-habillement, les commandes ont augmenté de 5% avec une bonne dynamique d'ensemble mais une baisse en Chine. En ce qui concerne l'automobile, la baisse des commandes a été de 5% sur 2018 avec les tensions entre les Etats-Unis et le Mexique, la possible taxation des voitures allemandes haut de gamme par les Etats-Unis, le boycott des marques américaines en Chine...J.V.

Boursier.com : Etes-vous confiant pour l'avenir ?

Les incertitudes actuelles ne devraient pas s'éterniser. Le pipeline commercial est favorable avec un accueil favorable des nouveaux produits. Pour 2019, nous avons pour objectif une croissance du chiffre d'affaires de 3% à 7% à données comparables. Le résultat opérationnel courant serait à -4% dans l'hypothèse basse

de croissance du chiffre d'affaires, stable dans l'hypothèse médiane et en progression de 4% dans l'hypothèse haute.J.V.

Boursier.com : Souhaitez-vous réaliser des acquisitions ?

Nous souhaitons étendre notre positionnement. Dans la mode-habillement, notre réflexion s'étend vers la partie distribution. Les données issues de nos machines et de nos logiciels pourraient être utilisés pour une plus grande efficacité de nos clients...J.V.

Boursier.com : Après la sortie d'André Harari du capital, êtes-vous opérable ?

Daniel Harari est aujourd'hui le premier actionnaire de l'entreprise avec 17% du capital. Il souhaite demeurer encore une dizaine d'années aux commandes de Lectra. Sa vision consiste à ne jamais sacrifier le long terme avec des investissements qui ont toujours été soutenus et continus... Lectra est malgré tout opérable, c'est ainsi...J.V.

Communiqué : Franchise Expo Paris 2019 : les dernières tendances par secteur

20 février 2019



Le plus grand salon international dédié à la franchise du 17 au 20 mars 2019 à Paris, Porte de Versailles, Pavillon 2.2 - 2.3.

Tous les indicateurs sont au vert pour cette nouvelle édition de Franchise Expo Paris avec près de 500 enseignes françaises et internationales attendues représentant 90 secteurs d'activités représentés. Cette 38ème édition accueillera également plus de 150 enseignes venues de l'étranger offrant un véritable décryptage international des tendances et concepts qui ont le vent en poupe.

Chaque année, le salon permet à des milliers de personnes ayant la fibre entrepreneuriale de découvrir les différentes tendances et ce parmi des secteurs d'activités très diversifiés. En constante mutation, le modèle de la franchise illustre parfaitement les évolutions de la société. D'ailleurs chaque année, de nouveaux secteurs fleurissent. Le salon est l'occasion unique pour avoir une vision grandeur nature du modèle économique de la franchise au niveau mondial " Sylvie Gaudy, Directrice de Franchise Expo Paris.

MODE, ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE

Même si le secteur de la mode souffre depuis de nombreuses années d'une crise profonde, le salon accueillera 27 enseignes dont 13 nouvelles : Armor Lux, Coolway, Interdit De Me Gronder, Ulanka...

Avec 2 concepts présents, le segment du maillot de bain affiche de belles ambitions en franchise (Pain De Sucre, Soraya).

Les acteurs de la lingerie sont toujours présents (Valège, Promise, Calzedonia) ainsi que les enseignes de vêtements et chaussures de sport (Sport 2000, Skechers, Foulées). Pour l'équipement de la personne, on note cette année le retour de l'optique avec Générale d'Optique et la présence de Moa pour les accessoires de mode

Le textile: une nouvelle crise à l'horizon



Par Villen Anganan

13 FEV 2019 22:35 0



Les employés suspendus à une deuxième crise dans le secteur.

Faut-il voir dans la mise sous administration judiciaire de *Palmar Ltd* et accessoirement de la délocalisation d'une partie des opérations de la Compagnie Mauricienne de Textile (CMT) au Mozambique des signes annonciateurs d'une filière textile financièrement

malade ? Visiblement oui, expliquent les opérateurs économiques et les spécialistes du secteur qui n'écartent pas la possibilité que d'autres entreprises lui emboîtent le pas et déposent leur bilan sous peu.

Certes, il n'y a pas mille raisons pour justifier l'écroulement de l'usine Palmar, vieille de 30 ans, et entraînant dans le sillage sur le pavé 1 400 employés, dont 300 étrangers, si l'administrateur judiciaire ne parvient à trouver aucun repreneur. Azad Jeetun, économiste et ex-directeur de la *Mauritius Employers Federation*, trouve que le cas de *Palmar* est symptomatique du sort de nombreuses entreprises textiles confrontées à un déficit de trésorerie et croulant sous un endettement massif. La Banque de Maurice estime celui-ci à Rs 8 milliards actuellement, soit 35 % des dettes contractées par le secteur manufacturier auprès des banques commerciales.

«Il ne fait pas de doute, alors que les coûts de production de ce secteur sont déjà élevés, rendant les entreprises moins compétitives sur le marché international, que l'avènement du salaire minimum en janvier 2018 est venu corser davantage la situation», explique l'économiste. Pire, il n'y a pas eu en contrepartie une hausse de la productivité chez la main-d'œuvre avec pour résultat que les salaires ont continué d'augmenter, basés de surcroît sur un taux d'inflation généralement en hausse.

Une analyse à laquelle Ahmed Parkar, CEO de *Star Knitwear*, ne souscrit pas totalement. S'il reconnaît que le textile est confronté à d'énormes défis, il ne pense pas qu'il faut déjà mettre une croix sur ce secteur qui a encore un avenir, dit-il. *«L'absence du cash-flow (marge d'autofinancement) qui perdure au niveau de ces entreprises textiles reste certes un défi car les institutions financières ne leur font toujours pas confiance.»* Mais il se réjouit qu'il y a des lueurs d'espoir à l'horizon, avec notamment la décision que des clients internationaux, qui ont quitté la Chine, viennent s'installer à Maurice, à l'instar d'*Armani* et de *Lacoste*.

«Notre planche de salut reste la valeur ajoutée de nos produits qui se transforment lentement aujourd'hui en brand avec de meilleurs prix de vente mais en volume nettement réduit.» Et d'ajouter qu'il n'est pas contre le principe d'un salaire minimal, même s'il reste une charge additionnelle pour les entreprises. Cependant, il est important également

d'analyser la capacité financière des différents secteurs économiques pour s'assurer qu'ils peuvent l'absorber financièrement.

Salaire minimum vs productivité

Si certains défendent l'avènement du salaire minimum comme une opportunité pour des travailleurs de grimper l'échelle sociale et un outil pour donner plus de dignité à la main-d'œuvre locale, il n'en demeure pas moins vrai que dans les entreprises exportatrices, dont le textile, il n'y a pas eu de gain de productivité. Pire, il a contribué dans une certaine mesure à la baisse des exportations.

En fait, des spécialistes sont convaincus : il y a une corrélation directe entre l'introduction du salaire minimum et la baisse des exportations. *«Il est évident que les charges salariales des entreprises ont été alourdies considérablement avec la décision gouvernementale d'accorder cette année un salaire minimum de Rs 8 140 à ceux touchant moins. Ce qui est venu du coup augmenter le coût de production de ces entreprises, celles opérant particulièrement dans le créneau de l'exportation. Du coup, les exportations sont devenues moins compétitives»*, analyse Azad Jeetun.

Une opinion que ne partage pas l'EDB. Son Chairman, Charles Cartier, a une différente lecture de cette problématique. *«Dans un contexte économique mondial incertain, nos industries traditionnelles ont été impactées. La hausse du prix des carburants, la possibilité de guerres commerciales avec les États-Unis et les problèmes découlant du Brexit ont provoqué une baisse de nos exportations traditionnelles»*, a-t-il confié récemment à l'express.

À la *Mauritius Export Association* (MEXA), la situation dans le secteur textile est suivie de près. Un de ses membres, opérateur du textile, qui a voulu garder l'anonymat, estime qu'à la base de cette situation d'endettement il y a forcément la question de productivité. Car malgré cette hausse salariale conséquente (outre les Rs 8 140, il y a d'autres contributions de la part des employeurs pour atteindre le chiffre final de Rs 9 000), la productivité, dit-il n'a pas suivi. Et de noter qu'en un peu plus de dix ans, soit de 2007 à 2016, les employés du secteur manufacturier ont bénéficié d'une compensation salariale moyenne de 5,7 % annuellement. Or, les gains en productivité n'ont étonnamment pas suivi au niveau de la main-d'œuvre, progressant à seulement 3,5 % en moyenne durant la même période.

En fait, les opérateurs économiques insistent qu'avec le salaire minimum accordé aux travailleurs manuels dans le textile, il y a déjà une pression venant d'autres catégories d'employés pour que les entreprises suivent également le pas. *«C'est carrément l'effet domino avec une surenchère salariale à tous les niveaux de l'entreprise. C'est la nature humaine. Résultat des courses : l'opérateur n'aura d'autre choix que de fermer boutique s'il voit que le marché n'est plus particulièrement porteur financièrement, notamment le secteur habillement et prêt à porter, vu que les acheteurs vont s'approvisionner ailleurs où les coûts de production sont plus compétitifs»*, affirme un industriel mauricien.

Une étude a d'ailleurs été effectuée par le ministère du Travail et des relations industrielles pour évaluer justement l'impact du salaire minimum sur les entreprises, analysant les effets sur les différentes variables : profit, productivité et compétitivité.

Croissance assurée avec la main-d'œuvre étrangère

Aujourd'hui, le gros de la main-d'œuvre étrangère se retrouve dans le secteur textile, plus de 31 000 travailleurs y ont été recensés en septembre dernier. Le recours à ces travailleurs est jugé crucial aujourd'hui pour y assurer la croissance car, selon les dires des opérateurs, c'est leur apport qui permet aujourd'hui aux entreprises concernées d'honorer leurs commandes à temps.

«Il ne faut pas qu'on soit choqué par le fait que les Mauriciens ne sont plus attirés par certains types d'emplois. C'est une transformation normale de la société qui donne aujourd'hui des aspirations légitimes à des jeunes souhaitant grimper l'échelle sociale», estimait dans une récente interview, le Chief Operating Officer de Business Mauritius, Pradeep Dursun.

Éric Dorchies:«Une industrie cyclique»

L'industrie du textile est une industrie cyclique, explique Éric Dorchies, ajoutant que c'est un fait que le marché mondial actuel est difficile avec notamment une forte fluctuation de la demande en Europe et une concurrence accrue des principaux pays producteurs comme la Chine ou le Bangladesh mais aussi de concurrents relativement nouveaux comme la Turquie, qui bénéficie de sa proximité géographique avec les marchés traditionnels.



Eric Dorchies

Il rappelle qu'au sein de CIEL Textile, il a fait le choix très tôt de diversifier les zones de production entre le cœur historique régional (Maurice et Madagascar) et l'Asie du Sud (Inde et Bangladesh). *«Aujourd'hui, nous avons ainsi 19 usines réparties sur ces quatre pays. Cette stratégie ainsi que les investissements que nous avons réalisés au niveau de nos opérations, du design, de la qualité, de l'automatisation nous permettent d'être considérés par nos clients comme des partenaires de confiance et non comme de simples producteurs.»*

Cela dit, les changements rapides qui s'opèrent dans le monde du «retail» comme la forte croissance du e-commerce, du «fast fashion» ou des produits responsables, ne laissent aucun répit et invitent à constamment évoluer pour suivre les tendances et rester dans le jeu, dit-il. *«Notre santé économique dépend donc de notre capacité d'adaptation pour réagir très vite et rester compétitif. Pour cela, nous investissons dans la digitalisation, l'automatisation, le développement durable et, bien entendu, dans la formation de nos équipes.»*

Éric Dorchies souligne par ailleurs qu'il faut composer avec les facteurs externes (coût du travail, tarifs douaniers, fret, taux de change, etc.) Aussi, le groupe doit poursuivre le dialogue constant avec les autorités et le gouvernement afin de préserver sa compétitivité face aux géants asiatiques.

Government needs to focus on man-made textiles, must increase duty on its imports: CITI

By: FE Bureau | Published: February 19, 2019 1:22 AM

Globally, fibre consumption is dominated by man-made fibres (MMF), having 70% share in the total fibre consumption, while natural fibres constitute only 30% .



Contrary to the global trend, fibre consumption in India is skewed towards natural fibres, especially cotton.

It is high time India must focus on man-made textiles, along with cotton ones, to achieve the desired target of \$300-billion market by 2025, said the Confederation of Indian Textile Industry (CITI).

Globally, fibre consumption is dominated by man-made fibres (MMF), having 70% share in the total fibre consumption, while natural fibres constitute only 30%.

Contrary to the global trend, fibre consumption in India is skewed towards natural fibres, especially cotton. The growth of cotton is limited owing to low agricultural land availability and price volatility. Hence, it had become important for India to focus on man-made textiles along with cotton ones, said Sanjay Jain, chairman, CITI, on Monday.

Jain also expressed concerns over rising imports of man-made textiles after the implementation of the good and services tax (GST). In the post-GST regime import of yarn, fabrics and garments has increased substantially by 60%, 12% and 29%, respectively. The government should increase the import duty on MMF-based spun yarn and fabrics as huge surge of imports has been seen in this category post-GST which is impacting spun yarn and fabric manufacturers in a big way.

Rakesh Mehra, convenor, sub-committee on MMF and yarn, CITI, said the downstream industries in the MMF textile value chain – spinning and weaving — which is also the largest employment generator in the entire value chain, are facing acute stress due to high prices of domestic staple fibre. He said this affected export competitiveness of the domestic downstream MMF textile industry and also made the sector vulnerable to imports of value-added MMF products.

Mehra also said anti-dumping duties in the beginning of the textile manufacturing chain hurt the downstream sector.

Currently, anti-dumping duty on purified terephthalic acid (PTA) is `4-6 per kg and `12 per kg on viscose staple fibre (VSF).

India has a huge and efficient capacity in manufacturing polyester staple fibre and VSF. Moreover, import of man-made staple fibre in 2017-18 stood at 149 million kg which is less than 15% of the total man-made staple fibre consumption in India.

Hence, it has been suggested that the government may abstain from enhancing custom duties and levying anti-dumping duties on staple fibres. This would allow the downstream industries along the value chain to grow, he added.

According to Jain, the inverted duty structure in the case of MMF textiles has led to the GST being put on capital goods, services and certain inputs being added to cost in the

hands of the MMF textile buyer. These taxes are not considered for the calculation of refund of input tax credits. This has made MMF textiles costlier. This will curb further expansion in MMF textile value chain. The refund of input credits due to this is a tedious task and the smaller players are unable to avail it and those who are getting refund are facing liquidity stress. These issues were responsible for the import of MMF yarn and fabric becoming viable and preferred, he added.

Based on the analysis of China's export of MMF textiles and clothing, the share of value-added products such as fabric, apparel and home textiles is 85%, against 65% in India. Fibre and yarn constitute 7% of their total exports whereas the corresponding number in our case is 22%. Thus, it is only logical to conclude that India must concentrate on increasing exports of value-added products along the value chain.

Is Chinese textile products making backdoor entry through Bangladesh?

THE ASIAN AGE. |

Updated : Feb 19, 2019,

Value of knitwear exports rose 107 per cent and woven garment exports by 161 ssper cent.



Apparels from Bangladesh are up to 30 per cent cheaper than Indian products as the labour cost is significantly lower there.

Chennai: After the government increased duties on textile products to check cheaper imports from China, apparel imports from Bangladesh has more than doubled. Industry suspects that Chinese products are making a backdoor entry into the country through Bangladesh.

Despite a spate of labour unrest in Bangladesh, apparel exports from that country to India grew 143 per cent between July and December to \$270 million from \$166 million in the same month last year, as per the data from Bangladesh Export Promotion Bureau.

Value of knitwear exports rose 107 per cent and woven garment exports by 161 per cent.

“Under the free trade agreement with us, imports from Bangladesh are not subject to any duty. We suspect that Chinese fabric is making a backdoor entry through Bangladesh as garments. We have asked the government to implement the rule of origin provision for imports from Bangladesh,” said Sanjay Jain, chairman of Confederation of Indian Textile Industry.

The government had doubled the duties to 20 per cent for over 300 textile products, ranging from fibre to apparels, in August, mainly to check rising imports of cheaper products from China. Imports started increasing after the implementation of GST. The effective duty rates came down as the countervailing duty of 12 per cent was done away with post-GST. In FY18, India’s textile imports jumped 16 per cent to a record \$7 billion and of this around \$3 billion came from China.

“Cheaper imports are a threat to the existence of MSMEs, which is the backbone of India’s textile industry,” said Jain. The industry had expected that the imports will come down by at least \$1 billion this year due to the increased import duties. However, Bangladesh imports have now become a growing threat.

Apparels from Bangladesh are up to 30 per cent cheaper than Indian products as the labour cost is significantly lower there. Further, Bangladesh can get cheaper fabric from China. As fabric accounts for 75 per cent of the cost of apparel, cheaper fabric too adds to the savings.

Proximity is an added advantage when it comes to shipping products from Bangladesh to India.

Bangladesh expects the imports to rise in the coming months as well.

'India Size' garments may hit the shelves soon

By [Indiaretailing Bureau](#)

February 18, 2019

Customers may soon be able to walk into a shopping mall and try on clothes with the '[India Size](#)', tailored to suit the body measurements of the country's populace.



In March, the Government will launch an exercise to measure a group of people to prepare a comprehensive 'India Size' chart, which can be adopted by the country's apparel industry. According to a PTI report: The Government will also begin collating information for 'trend forecasting' for textiles this month, using commercial intelligence to determine what could be in vogue in the near future, a move bound to exert major influence on global fashion trends, a top official said.

In March, the Government will launch an exercise to measure a group of people to prepare a comprehensive 'India Size' chart, which can be adopted by the country's apparel industry.

"We want that we should have Indian size for two things. It can boost our retail market. South Asian size will also get fillip, plus our own diaspora which is outside, we will become influence drivers for

foreign companies also. We are actually rolling out the exercise in March itself," Raghvendra Singh, Textiles Secretary told PTI.

He said the Government is trying to complete the 'sizeable' project as soon as possible, so that a standardised size chart can be prepared for the ready-to-wear industry, based on body measurements of the domestic population.

The project approved earlier by the Government will entail measuring of 25,000 male and female Indians in six cities across six regions of the country: Kolkata (East), Mumbai (West), New Delhi (North), Hyderabad (Central India), Bengaluru (South) and Shillong (North-East). Using 3D whole body scanners and computers that will extract hundreds of measurements from scan.

Providing well fitting garments in the absence of standardised size chart is proving to be a big challenge for the domestic textile and apparel industry, which is projected to reach US\$ 123 billion by 2021 and holds 5th position in apparel imports.

At present, India's apparel industry uses size charts which are tweaked versions of sizes of other countries, so returns of the garments are in the range of 20 percent to 40 percent and increasing with the growth of e-commerce with the main reason for returns being poor garment fit.

A large percentage of shoppers face difficulty in finding clothes that fit perfectly according to their body measurements, as there is no standard size chart at present.

Moreover, there are differences in anthropometric built of people in different geographical regions across the country. Once ready, the standardised size chart will impact various other sectors like automotive, aerospace, fitness and sport, art and computer gaming, where insights from this data can produce ergonomically designed products, which are suited for the domestic population.

Till date 14 countries have successfully completed national sizing surveys: the US, Canada, Mexico, the UK, France, Spain, Germany, Korea, China and Australia.

18th February 2019, Hong Kong

Eurovet and Indonesian lingerie industry join forces



Eurovet and suPPPport visited lingerie and textile factories in Indonesia in November 2018.
© Eurovet

Eurovet Group, the organiser of the leading international trade show events for lingerie, swimwear and activewear supply chain, and different sectors from Indonesian lingerie industry have announced their cooperation and joined the develoPPP.de programme of the German Federal Ministry for Economic Cooperation and Development (BMZ), in partnership with sequa.

Under the framework of the development partnership, Eurovet will initiate different activities to promote sustainable and circular lingerie manufacturers from Indonesia and to contribute to the development of the Indonesian lingerie industry through awareness creation, capacity building, knowledge transfer, practical implementations and the Interfilière Hong Kong trade fair.

As part of the various activities in this project, Eurovet, in partnership with the international sustainability consultancy suPPPport will assist four selected textile and lingerie supply chain manufacturers: PT Kewalram Indonesia, WSK Winner Sumbiri Knitting Factory, PT Busanaremaja Agracipta and PT Sina Para Taruna. The partners will help the companies in improving their sustainability strategies according to international markets, enhancing their environmental impact through systematic solid waste and chemical management, as well as workers health and safety training. The

selected manufacturers will participate at Interfilière Hong Kong to strengthen their international competitiveness and demonstrate innovative circular economy solutions. Eurovet also establishes strategic cooperation with Indonesian Textile Association Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API), aiming to connect with apparel manufactures and other interested stakeholders through status quo analysis and regular seminars in Indonesia with dedicated topics. In the meantime, annual keynote speeches will be delivered to universities in Bandung Indonesia in order to increase the awareness of sustainable fashion and circularity among the students.

Eurovet is the world leading trade show organiser for lingerie, swimwear and activewear, with international events in Paris, New York, Las Vegas, Shanghai and Hong Kong. For the past 50 years, Eurovet's trade shows have served the industry as business accelerators, image catalysts, and sources of innovation and inspiration for the businesses around the world.

19 février 2019

Comment l'AMDIE creuse son sillon

L'Agence marocaine de développement des investissements et des exportations (AMDIE) a aménagé dans de nouveaux locaux à Rabat depuis le 15 janvier.

L'opération de départs volontaires est toujours en cours, un nouvel organigramme a été mis en place. Une direction est dédiée à chacun des 20 secteurs phares de l'économie.

Ses statuts ont été publiés il y a une vingtaine de jours au Bulletin officiel. Cependant, l'Agence marocaine de développement des investissements et des exportations (AMDIE), issue de la fusion de l'Agence marocaine de développement des investissements (AMDI), Maroc Export et l'Office des foires et expositions de Casablanca (OFEC), est opérationnelle depuis le 20 décembre 2017, jour durant lequel s'est tenu le premier conseil d'administration présidé par le chef du gouvernement Saâdeddine El Othmani. Le second est prévu courant février. Bref, cet organisme placé sous la responsabilité de Hicham Boudraa (qui officiait à l'AMDI depuis 2015) en qualité de directeur général par intérim, semble avoir bien pris ses marques.

Depuis le 15 janvier, une équipe d'une centaine de personnes a déménagé de Casablanca vers Rabat dans des locaux flambant neufs dans le très cossu quartier Mahaj Riad. Une partie de l'équipe de Maroc Export a été affectée à l'OFEC qui ne disposait pas des compétences idoines, notamment dans les volets commercial, marketing et communication. Cet office basé à Casablanca se cantonnait auparavant à une gestion opérationnelle, occultant la concrétisation de volume d'affaires et l'amélioration de la performance commerciale. Des prérogatives qui lui ont été ajoutées.

Les fédérations sont désormais les principaux interlocuteurs

Une nouvelle ère semble se profiler à l'AMDIE dont l'ancêtre AMDI créée en 2009 n'a pas eu un historique de tout repos. Celle-ci a subi une restructuration au bout de huit ans d'activité et vécu le passage de quatre directeurs généraux en moins de 10 ans. La jeune

agence, quant à elle, devait d'abord capitaliser sur son capital humain et ses acquis avant de faire «sa petite révolution». Avec un budget qui dépasse les 260 MDH, sans compter le budget de restructuration, l'AMDIE a opté pour une organisation sectorielle. Selon le management, une vingtaine de directions s'occupent des secteurs phares, notamment le textile, l'automobile, l'aéronautique, les secteurs ferroviaire et naval inclus, l'agroalimentaire, les matériaux de construction, l'industrie pharmaceutique... La nouvelle organisation comprend également un incubateur dédié à faire croître les secteurs naissants jusqu'à devenir porteurs et créer de la valeur ajoutée.

Une direction qui se charge de l'intelligence économique et de l'open data est aussi opérationnelle. Elle se doit d'ailleurs de collaborer en mode transverse avec les autres administrations. L'objectif est de pouvoir présenter, à titre d'exemple, le prix du foncier en temps réel dans n'importe quelle région du Maroc et se doter d'un système digital très performant conformément au projet national. L'Agence de développement du digital soutiendra ces projets.

Autre nouveauté, la démarche de l'agence est désormais orientée client pour ce qui est des fédérations ayant signé des contrats programmes avec l'Etat et non plus vers les entreprises individuellement. Résultat: d'un commun accord avec les objectifs des différentes fédérations, le nombre de participations aux salons a été réduit d'au moins 40%, à une centaine par an. Pour atteindre ces objectifs, l'agence a signé au préalable une convention avec l'Association marocaine des exportateurs (Asmex), l'Association marocaine de l'industrie du textile et de l'habillement (Amith) et le Groupement des industries marocaines aéronautiques et spatiales (Gimas) qui fixe les listes de services soumis à un paiement lors des missions effectuées à l'étranger. Le but est de responsabiliser les hommes d'affaires dans leurs déplacements en les incitant à contribuer à leurs frais de transport aérien et d'hébergement. L'AMDIE se charge des outils de promotion, de la préparation des stands dans les salons et de l'accompagnement.

Investissement et exportation ne sont plus dissociés

Outre les fédérations sectorielles, l'agence est au service des départements ministériels pour la recherche d'investisseurs, de nouveaux marchés, de joint-ventures et de partenaires privés....

Pour le moment, on se félicite de réalisation des objectifs inscrits dans la feuille de route du ministère de l'industrie, du commerce, de l'investissement et des nouvelles technologies avec le budget alloué. L'objectif premier demeure la réponse à sa nouvelle prérogative: l'accompagnement des investisseurs marocains à l'étranger. En d'autres termes, elle va les aider à trouver des opportunités d'investissements à l'étranger essentiellement en Afrique. «Le mode de fonctionnement de l'agence a changé. On ne peut plus dissocier exportation et investissement. Les deux missions sont réalisées de manière complémentaire», nous confie-t-on. Dans cette optique, l'agence veut accompagner l'investisseur sur d'autres volets opérationnels tel que le volume de fabrication. Elle peut maintenant diriger l'investisseur vers un industriel marocain qui réalise la même activité (augmentant ainsi la capacité locale), l'aider à trouver des donneurs d'ordre qui passent des commandes, voire chercher d'autres investisseurs pour atteindre le volume souhaité et par conséquent stimuler le tissu industriel. L'objectif est d'être l'interlocuteur unique de l'investisseur non seulement dans ses démarches administratives, mais aussi dans l'orientation de son activité et la recherche de nouvelles opportunités. Le management tient à préciser que la promotion des investissements ne dépend pas de la nationalité de l'investisseur – marocain ou étranger – mais de son projet d'investissement orienté vers l'innovation et les besoins de compléter la chaîne de valeur. A l'amont du textile, par exemple, investissement très capitalistique, boudé par les locaux, les IDE sont très convoités.

Enfin un IDE turc dans le textile au Maroc

Ces investissements permettraient à titre d'exemple de répondre aux conditions d'éligibilité à l'accord de libre-échange avec les Etats-Unis qui exige la triple transformation. D'ailleurs, un grand projet d'investissement direct turc intégré au niveau de l'amont du textile est prévu au Maroc. Ce projet destiné à la fois à l'export et au marché local (vente aux industriels de textile marocains) sera accompagné par une banque marocaine. Il a été concrétisé grâce à l'ambassade de Turquie au Maroc à travers leur conseiller économique.

A terme, avec l'arrivée de grandes locomotives dans des secteurs de pointe tels que l'aéronautique ou capitalistique tels que l'amont textile, l'agence s'attend à la naissance d'opérateurs marocains spécialisés qui se grefferont sur les métiers précités. A l'étranger, l'accompagnement des investisseurs est réalisé à travers le repérage

d'opportunités d'investissement, notamment par le biais du réseau africain. L'accompagnement se fait par la facilitation de rendez-vous, d'association des entreprises au road-shows et aux salons, de la prise de contact avec des partenaires ou encore de l'ouverture de portes, restées longtemps closes, par le biais d'agents commerciaux très au fait des secteurs les plus porteurs dans ces pays...

- **Les ambassades davantage impliquées dans la promotion des investissements**

Les consulats et les ambassades du Maroc à l'étranger coopèrent de plus en plus avec l'AMDIE pour la recherche de nouvelles opportunités d'investissement. D'ailleurs, la dernière vague d'ambassadeurs nommés au cours de l'année 2017 ont suivi une demi-journée de formation et reçu les outils de promotion que sont des films institutionnels, des brochures et autres supports. «Nous travaillons très étroitement avec certaines ambassades du Maroc comme celles du Japon, de Chine, de Corée du Sud, de France, d'Italie, du Portugal, d'Espagne, des Etats-Unis... qui nous accompagnent également lors de nos déplacements. Cela rassure les Marocains qui explorent ces marchés-là et les investisseurs étrangers qui remarquent que les représentants officiels du Royaume sont présents autour de la table», déclare une source à l'agence.

- **Le Maroc ne sera pas bradé aux investisseurs**

Le Maroc a changé en 40 ans. Fini le temps où les hauts responsables du pays étaient impressionnés par des investisseurs étrangers. «On est désormais dans un système de partenariat. Les Marocains imposent leurs conditions aux investisseurs. Il nous est arrivé de refuser l'accompagnement d'investisseurs qui ont déjà des projets similaires à beaucoup d'autres réalisés dans le pays, ou dont l'assise financière est peu solide. Certains viennent sans fonds et croient obtenir gratuitement un terrain, comme cela se fait dans certains pays. On ne brade pas le pays, on vise à attirer des projets viables économiquement et socialement», confie un responsable de l'agence.

Textile: Le Portugal et le Maroc déterminés à consolider leur coopération

mercredi, 27 février, 2019 à 23:48



Porto- Une importante délégation d'industriels marocains, présidée par l'ambassadeur du Maroc à Lisbonne, Othmane Bahnini, a tenu, mercredi à Porto (à 310 km au nord de Lisbonne), avec leurs homologues portugais, une réunion au cours de laquelle l'accent a été mis sur la nécessité de consolider davantage la coopération bilatérale dans le domaine du textile.

VOICI POURQUOI L'AMITH INTENSIFIE SON LOBBYING A BRUXELLES

Par [Wadie El Mouden](#) le 16/02/2019 à 13h12 (mise à jour le 16/02/2019 à 15h43)



L'Amith a fait appel aux services d'un cabinet de lobbying à Bruxelles. Objectif: convaincre la commission européenne d'aligner les conditions tarifaires au même niveau que celles du régime «Tout sauf les armes» réservé aux Pays les moins avancés. Voici les explications de son président, Karim Tazi.

L'Association marocaine des industries du textile et de l'habillement (Amith), présidée par Karim Tazi, s'est inscrite le 24 janvier au registre des lobbyistes de l'Union européenne (UE). L'information a été rapportée par Maghreb Confidentiel dans sa dernière édition électronique. A en croire ce bulletin d'information parisien, l'Amith milite pour la révision des préférences tarifaires appliquées au textile marocain dans l'UE.

Textile: l'amont, le maillon manquant de la chaîne

Contacté par Le360, Karim Tazi explique que cette initiative, qui vient en appui à celles menées habituellement par le département du commerce extérieur, s'inscrit dans une nouvelle démarche visant l'amélioration de la compétitivité du textile marocain, notamment sur les marchés de l'export. L'objectif est d'amener la commission européenne à accorder aux industriels marocains les

avantages de la règle dite «simple transformation», identique à ceux accordés par l'Union européenne aux Pays les moins avancés (PMA) dans le cadre de l'initiative «Tout sauf les armes».

Les tissus subissant une simple transformation dans un pays bénéficiant de ce régime préférentiel spécial, quelle que soit leur provenance, bénéficient d'une exonération totale de droits de douane à leur entrée sur le marché européen. Pour les textiliens marocains, seuls les produits confectionnés à partir de tissus importés de la zone euro-méditerranéenne de libre-échange (EuroMed) peuvent bénéficier de conditions tarifaires semblables à celles accordées dans le cadre de l'initiative «Tout sauf les armes». L'Amith veut étendre cet avantage tarifaire aux tissus importés hors zone EuroMed, notamment ceux en provenance d'Asie qui s'avèrent encore plus compétitifs.

Mode : Zara s'inspire au Maroc

18 février 2019



DENVER, CO - NOVEMBER 14: Sneak preview tour of ZARA day before opening of ZARA in Cherry Creek Shopping Center. November 14, 2018. The Spanish fast-fashion brand didn't have an outpost in Colorado. Cherry Creek has snagged the Colorado's first location. (Photo by Hyong Chang/The Denver Post)

La chaîne de magasins de vêtements Zara, filiale du groupe espagnol de la confection textile Inditex, s'est inspirée du Maroc pour sa collection printemps-été 2019, a indiqué le responsable de la campagne marketing de cette chaîne, Steven Meisel.

Pour cette nouvelle collection, le géant de la fast-fashion a puisé son inspiration dans les couleurs typiques des dunes, des couchers de soleil et du désert du Maroc, explique le responsable, cité par les médias, notant que

cette collection porte sur des modèles aux tons naturels (sable et blanc cassé) et ocre qui se mêlent aux couleurs rouges, dans une sorte de combinaison pure et estivale.

Ornée d'accessoires, dont des turbans, des sandales en cuir, des pantoufles, d'énormes boucles d'oreilles et des ceintures dorées, cette collection évoque la chaleur et la tranquillité de l'été et fête la paix du désert marocain, ajoute M. Meisel.

Pour sa collection printemps-été 2018, Zara s'était inspirée également du Maroc et plus précisément de la ville de Marrakech, à travers ses couleurs ocres, ses paysages uniques et son architecture exceptionnelle.

Plusieurs noms de la mode internationale ont puisé leur inspiration au Maroc, très souvent à Marrakech, mais aussi des couleurs bleues typiques de Chefchaouen ou encore celles rougeâtres du désert.

Garment processing zone slated to be ready in April

- *It will facilitate exports of Nepali readymade clothes and minimise the cost of production, to compete in the global market*

- KRISHANA PRASAIN, Kathmandu



A file photo shows workers at a garment factory.

Feb 20, 2019-

The construction of Nepal's first garment processing zone is expected to be complete in April. The Rs2.5-billion facility in Simara, Bara will be spread over 300 bighas. According to the Garment Association Nepal, the garment processing zone will facilitate exports of Nepali readymade clothes and minimise the cost of production, enabling Nepali garments to compete in the international market.

"There are many problems in the readymade garment industry in Nepal. One is the price factor," said Chandi Prasad Aryal, president of the association. "The price of Nepali readymade garment increases 15-20 percent when they reach the international markets," he said.

The government provides a 3-percent cash incentive to readymade garment exporters, but it is not sufficient to make Nepali products more competitive in the global garment markets, Aryal said. “The government should give a cash incentive of at least 10 percent on garment exports,” he said, adding that a growth in readymade garment production could minimise Nepal’s ballooning trade deficit.

According to him, the production costs of Nepali readymade garments are high due to the high cost of raw materials. The cost of raw material or fibre of a garment that costs \$10 to make is \$3. The raw materials are imported mainly from India and China.

According to Nepal Rastra Bank, the country exported readymade garments worth Rs2.27 billion in the first six months of the current fiscal year, against Rs2.29 billion in the same period in the last fiscal year. Nepal’s garment exports totalled Rs5.9 billion in the last fiscal year. The garment association said they were getting more orders for Nepali readymade garments from the domestic market this year.

Aryal said that both Nepal and Bangladesh started exporting garments in the 1980s, but Nepal had fallen way behind. Bangladesh currently exports readymade garments worth \$32 billion annually, which is more than Nepal’s gross domestic product. Nepal’s readymade garment industry collapsed after the expiry of the Multi Fibre Agreement in January 2005, which provided duty-free access for Nepali garments to the US. The country was exporting garments valued at Rs12 billion before the agreement and providing jobs to 500,000 people. More than 85 percent of the garment factories have shut down since then.

According to the association, Nepal was shipping 87 percent of its readymade garment production to the US till 2002. Following the fall in exports to the US market, Europe has emerged as a major buyer of Nepali readymade garments. Europe’s share of Nepal’s garment exports swelled from 18.14 percent in 2005-06 to 60 percent today, Aryal said.

According to the association, there are 52 readymade garment factories operating in the country with an annual production capacity of 6-7 million pieces. The total investment in the industry is Rs6 billion.

Published: 20-02-2019 09:10

Abdelaziz Sifaoui : « La Tunisie compte des entreprises avec un savoir-faire et une expertise exceptionnels »

Par [Entreprises Magazine](#)

18 février 2019



Entretien avec Abdelaziz Sifaoui DG Directeur régional « Lectra Afrique du Nord ».

Lectra Tunisie au même titre que la maison mère est fermement engagée dans l'industrie 4.0. De quoi s'agit-t-il?

Avec la transformation numérique et l'avènement de l'intelligence artificielle, toutes les industries manufacturières notamment les entreprises de la mode, de l'automobile et de l'ameublement sont aujourd'hui face à un consommateur connecté et exigeant. Il est à la recherche de produits de plus en plus personnalisés, innovants, économiques et de surcroît de très bonne qualité.

L'industrie 4.0 représente un des leviers de compétitivité pour ces entreprises qui se voient amenées à assurer à la fois de grosses productions et de gérer des petites commandes personnalisées avec des délais toujours plus contraignants.

Nos clients en Tunisie sont des sous-traitants ou filiales de grandes marques internationales, qui sont autant impactés par les changements dans le comportement du consommateur. Notre mission est d'accompagner ces industriels à se préparer aux changements à venir, plutôt que de les subir.

L'offre de Lectra se base sur les principes de cette Industrie 4.0 et a pour objectif de donner à ces entreprises les moyens technologiques nécessaires pour répondre à leurs exigences en matière de productivité et de flexibilité. Sa modularité leur permettra de gérer l'explosion de la demande des consommateurs et de répondre à leurs besoins. Elle se base sur des solutions cloud comme le bureau d'étude connecté ainsi que sur des services exploitants les données des machines connectées assurant la production à la demande.

Vos clients sont aussi bien des professionnels de la mode que des industriels de l'automobile et de l'ameublement. Comment vous expliquez cette diversification dans votre champ d'action ?

Initialement spécialisée dans des solutions technologiques dédiées à l'industrie de l'habillement, **Lectra** a globalisé et étendu son offre en intégrant des solutions spécifiques aux marchés de l'automobile, aéronautique et de l'ameublement.

Aujourd'hui, nous avons une offre de solutions, de services et des équipes dédiées à chaque marché et notre positionnement premium s'exprime en outre par les partenariats à long terme que nous nouons avec les grands acteurs de ces industries.

Notre offre dans la mode couvre des logiciels de PLM et de CAO, des machines de coupe et services experts permettant de créer, de développer, et de produire des vêtements, accessoires et chaussures. Pour l'automobile nous avons des solutions intégrées pour la salle de coupe et services experts, dédiées aux fournisseurs d'airbags, sièges et composants de l'habitacle, en cuir et tissu. Quant à l'ameublement, nos

logiciels "CAO", nos solutions de salle de coupe et de services experts répondent aux besoins des industriels de meubles rembourrés.

Toutes ces activités reposent sur une industrie de matériaux souples faisant face à des marchés très dynamiques et compétitifs. Nos solutions : Logiciels, nos machines de coupe ainsi que nos services apportent un réel avantage concurrentiel à ces acteurs.

La ville de Sousse vient d'abriter une rencontre autour du secteur du textile habillement. Avez- vous décrypté des vrais signes de relance ?

En tant que membre de la Fédération Tunisienne du textile habillement et acteur moteur du secteur de l'habillement en Tunisie, nous avons participé au deuxième congrès organisé par la FTTH. La forte mobilisation des professionnels pendant cette rencontre est la preuve indéniable de la détermination des professionnels Tunisiens à prendre leur destin en main et à défendre l'intérêt de leur secteur qui a vu sa position concurrentielle se dégrader dans la période post révolutionnaire.

Depuis sa création en 2017, la FTTH s'est donnée pour mission de défendre les causes du secteur de l'habillement auprès des institutions publiques et des partenaires sociaux afin de l'amener à une reconquête de compétitivité. En une année, plusieurs acquis ont été réalisés, comme les mesures de relance du secteur votées lors du conseil ministériel tenu en juin 2018, et les chiffres commencent à montrer des signes de reprise avec des exportations qui ont augmenté de 2,73% (en Euros) en 2018 par rapport à 2017 pour atteindre 2,16 milliards d'euros.

Après 17 mois à la direction de Lectra Tunisie, vous avez été nommé Directeur Régional Lectra Afrique du Nord. Quel est votre retour d'expérience ?

Lectra est une entreprise à fort maillage international, ce qui lui permet de porter sa proposition de valeur au monde entier tout en l'adaptant au contexte régional. Le tissu industriel de la Tunisie compte des entreprises avec un savoir-faire et une expertise exceptionnels dans le domaine du Denim, de la lingerie maillots de bain, vêtements de sécurité et d'autres articles de mode. Notre mission est de les accompagner, à travers nos solutions et l'expertise confirmée de nos équipes, pour développer leur compétitivité et à rentrer dans la chaîne de valeur de leurs clients en proposant des produits finis.

Nous équipons également plusieurs entreprises dans le domaine de l'automobile et de l'aéronautique, à travers des solutions dédiées à leurs marchés.

Le tissu industriel Marocain est quant à lui porté davantage par des acteurs du secteur automobile spécialisés dans les coiffes et les revêtements intérieurs des voitures. Pour faire face aux nouveaux défis auxquels ils sont confrontés, ces entreprises doivent réévaluer leurs processus de production de manière continue, les rationaliser et adopter des méthodes de production plus flexibles. Au-delà de les accompagner dans la mise en place d'équipements à la pointe de la technologie, nos équipes dédiées au marché de l'automobile ont pour mission de mener ces professionnels vers une excellence opérationnelle. On peut très bien voir que le Maroc et la Tunisie ont des positionnements complémentaires vis-à-vis des exportations faites principalement vers l'Europe. Cette nouvelle organisation régionale de Lectra nous a permis de développer de plus en plus de synergies entre les deux équipes des filiales afin de partager une meilleure expertise avec nos clients dans les deux pays et d'autres pays de l'Afrique.



La Tunisie doit se mettre au diapason l'industrie 4.0, estime Youssef Chahed

2 mars 2019

Par : [Redaction](#)

A l'occasion de sa visite à Monastir, plus précisément au Technopole du textile, vendredi 1er mars, le chef du gouvernement, Youssef Chahed, a affirmé que la Tunisie doit se mettre au diapason de l'industrie 4.0.



Pour ce faire, elle doit favoriser la créativité et l'innovation, surtout qu'elle dispose de jeunes compétences capables de mener à bien cette orientation.

Chahed a, par ailleurs, souligné l'importance de mettre en place une nouvelle politique économique fondée sur les pôles technologiques et reposant sur la

bonne gouvernance, la formation adaptée aux besoins des entreprises et l'infrastructure adéquate.

Parallèlement à l'encouragement des secteurs innovants, le chef du gouvernement considère nécessaire de relancer les secteurs classiques qui contribuaient fortement à l'économie nationale dont celui des phosphates, l'agriculture et le tourisme.

Il a, en outre, pris connaissance des préoccupations des industriels de la région. Ces derniers ont essentiellement appelé à améliorer les infrastructures des zones industrielles, à faciliter les procédures de modification de la vocation des terres agricoles, notamment celles limitrophes des zones industrielles, à améliorer le climat des affaires et à réviser les autorisations relatives à l'export.

Ils ont aussi appelé à renforcer la lutte contre l'économie parallèle et la contrebande, à faciliter les procédures d'obtention des autorisations d'importation des matières premières et à accélérer la réalisation du projet de la station d'assainissement au sein du Technopole.

Les industriels ont aussi évoqué les difficultés liées à la rareté de la main d'œuvre dans le secteur textile aujourd'hui boudé par les jeunes bien qu'il soit un secteur prometteur et la cherté des matières premières notamment les tissus et les dérivés du bois, pour le secteur de l'ameublement.

Le ras-le-bol des chaînes de magasins d'habillement en franchise

Publié le 28 Février, 2019 - 14:45



Accusées à tort d'être à l'origine des difficultés de l'industrie textile-habillement et de creuser le déficit du commerce extérieur de la Tunisie, les chaînes d'habillement en franchise sont l'objet depuis quelque temps de lynchages injustes, particulièrement de la part de certains politiques ou influenceurs « ignorants ».

Ce qui a provoqué la colère des professionnels du secteur et particulièrement de certains membres de la Chambre syndicale nationale des chaînes de magasins d'habillement (CSNCMH) relevant de la Fédération du Textile de l'UTICA, qui n'acceptent désormais plus de voir leur secteur sali injustement. Ils œuvrent dorénavant pour rétablir la vérité.

Contrairement aux rumeurs infondées, les chaînes franchisées d'habillement, constituées de plus de 60 marques internationales pour un chiffre d'affaires de 400 millions de dinars, sont un maillon fort de la filière textile-habillement en Tunisie.

Non seulement, elles restent un gros contributeur au budget de l'Etat, mais créent de l'emploi et une dynamique certaine dans les centres commerciaux et dans l'immobilier, l'assurance...

En conséquence, l'activité des grandes marques franchisées permet à la Tunisie de dégager un excédent supérieur à un milliard de dinar tunisien et n'étouffe nullement la filière textile-habillement tunisienne qui reste une activité-clé pour les équilibres socio-économiques.

Les chaînes franchisées ne sont à l'origine ni de la fuite des devises ni de la disparition de marques locales, mais contribuent à la création de la valeur ajoutée. Ces chaînes, qui s'acquittent convenablement de leurs impôts et taxes, sont une manne pour les emplois directs et indirects créés.

Mieux encore, en s'installant dans nos murs, les marques franchisées, convaincues de leur potentiel, délocalisent une partie de leur production ou investissent dans de nouveaux projets.

Victimes de mesures fiscales et douanières injustes et arbitraires, les chaînes franchisées ont été pénalisées par la Loi de finances 2019, qui augmente de 25 % à 35 % le taux de l'impôt sur les sociétés exploitant des franchises alors que les enseignes tunisiennes locales non franchisées conservent un taux d'IS à 25 %. Des mesures qui constituent un très mauvais signal envoyé aux grandes marques européennes dont les commandes sont pourtant vitales pour l'emploi et les exportations tunisiennes de l'habillement.

Dans ce sens, les professionnels du secteur indiquent qu'il aurait été plus judicieux de lutter contre l'économie parallèle, qui représente 60% de l'économie nationale, que de hausser les impôts sur un secteur régulé et légal. Un secteur qui reste un allié et non une menace.

Le textile a besoin de 10 mille ouvriers qualifiés

Par **IB** - 25 février 2019 - 11:13



Le président de la Commission formation de la Fédération tunisienne du textile et de l'habillement (FTTH), Ghazi El Biche, responsable du comité de formation de l'Université tunisienne du textile et de l'habillement, a déclaré lundi 25 février 2019 que la charte sectorielle du partenariat public-privé sur le textile et l'habillement récemment signée entre dans le cadre du programme de restructuration du secteur.

Sur Express fm, El Biche a souligné ce lundi qu'en vertu de cette charte l'état accordera environ 100 millions de dinars pour booster le secteur textile, qui a commencé à se redresser en 2018 pour atteindre une valeur des exportations égale à 2,4 milliards d'euros.

« Le secteur du textile a subi des pertes importantes depuis le début de 2008 avec près de 40 mille emplois sur 200 mille », a-t-il déclaré. « Mais grâce aux récents résultats positifs, 10 projets majeurs seront achevés dans le secteur à l'horizon 2023 ».

Actuellement, le secteur de textile a besoin de 10 mille travailleurs qualifiés.

Tunisie : vers une montée en puissance du textile-habillement d'ici 2023



Par La Rédaction Dans 27 Fév, 2019



Tunis, 27 février (Xinhua) – Le secteur du textile a réussi à dégager un excédent commercial de 1,2 milliard de dinars en 2018 (environ 0,4 milliard de dollars), ce qui « augure une relance significative dans ce secteur vital », a révélé vendredi le Ministre du Commerce, Omar Bahi. En marge d'une séance d'audience parlementaire, M. Bahi a été fortement critiqué pour une « mauvaise gestion » de la filière des vêtements usés, dont « des restrictions imposées aux grossistes agréés par l'Etat et les empêchant de transférer leurs marchandises entre les différentes régions », pour reprendre les propos de la députée Jamila Ksiksi.

« Le secteur de l'habillement d'occasion est étroitement lié à plusieurs ministères dont l'Intérieur, les Finances, l'Industrie et les Affaires sociales, ainsi qu'au ministère du Commerce », a répondu le ministre tunisien. Ce dernier a tenu à préciser que « les

Ministères de l'Industrie, du Commerce et des Finances avait déjà préparé une publication conjointe destinée à mettre en œuvre les réformes en faveur du secteur, entrées en vigueur en 2019 ».

« Nous encourageons les exportations et nous avons mis en place des procédures garantissant qu'il s'agit bien d'une exportation et non d'un simulacre. Parmi les mesures en question : garantir des recettes d'exportation dans ce domaine outre la création d'un comité chargé de resserrer et de réglementer davantage le secteur de l'habillement usagé », a réagi M. Bahi. A noter que le secteur de l'habillement d'occasion compte, en Tunisie, 309 grossistes et 3.250 marchands de détail, ce qui a permis de réaliser des exportations d'une valeur supérieure à 60 millions de dinars (environ 20 millions de dollars), selon les derniers chiffres disponibles (début 2018).

Annuellement, la Tunisie importe environ 80.000 tonnes de vêtements de seconde main, dont 10.500 tonnes destinées au marché local, le reste étant réexporté vers des pays africains et d'autres pays européens. Récemment, le chef du gouvernement, Youssef Chahed, a insisté sur le fait que les différents intervenants dans ce secteur « doivent récupérer 4% de part de marché européen en textile », s'adressant aux professionnels lors d'un congrès de la Fédération Tunisienne du textile-habillement.

Selon M. Chahed, l'objectif de son gouvernement est d'atteindre un volume d'exportations de 4 milliards d'euros (environ 6,1 milliards de dollars) en textile à l'horizon 2023 : « l'enjeu oscille autour de l'intégration de la Tunisie sur l'orbite du top 5 des exportateurs mondiaux de textile vers l'UE (Union européenne) d'ici 2023 », a-t-il estimé. Au niveau du marché local, M. Chahed a promis de générer pas moins de 50.000 emplois d'ici 2023 dans le cadre du mécanisme « Contrat de textile » devant être signé prochainement entre le gouvernement et les professionnels du secteur. Pour l'ensemble de l'année 2018, le textile-habillement a réussi des exportations de l'ordre de 2,4 milliards d'euros (environ 3,6 milliards de dollars), l'équivalent d'une amélioration de 3,8% comparativement à l'exercice 2017.

UNIK CHIC : Lancement de la première plateforme en ligne de créateurs de luxe en Tunisie

17 février 2019



Après des mois de travail acharné des fondateurs Mbarek Samia et Khalil Zahouani entre l'incubateur BIATLABS, les créateurs de mode et le partenaire technologique www.dotitcorp.com, UNIK CHIC dévoile enfin sa plateforme e-commerce.

A cette occasion, la société UNIK CHIC organise une cérémonie de lancement, le 13 février 2019, à partir de 18H30 à la maison Dedine à Sidi Bou Said.

Née d'une collaboration étroite entre des spécialistes du marché de la mode en Tunisie, et des pionniers du marketing digital, cette plateforme a pour but de donner un nouveau souffle à un savoir-faire remarquable en manque de visibilité.

www.unikchic.com est en effet le premier site web qui regroupe, dans un premier temps, 25 créateurs tunisiens confirmés.

Inutile de chercher plus loin, les fans et les clients trouveront leur bonheur dans une seule et unique plate forme. Facile d'accès, cette « vitrine virtuelle », unique en Tunisie, offre la possibilité de découvrir, de commander et de payer en ligne, avec une livraison rapide et un service après vente garantis.

Le site web « UNIK CHIC » permettra enfin aux créateurs talentueux de devenir des acteurs sur le marché de la mode en Tunisie, dans le domaine du textile, des bijoux ou de la maroquinerie.

Jouissant déjà d'une notoriété à l'échelle nationale, certains de nos créateurs distribuent déjà leurs produits en Europe et au moyen orient. Autant dire que le site « UNIK CHIC » vise la propulsion de ses marques, en devenant la première « vitrine virtuelle » internationale de produits de mode tunisienne.

Jeudi 21 Février 2019

Signature du pacte Partenariat Public-Privé dans le secteur textile



M. Samir Majoul, président de l'UTICA et M. Hosni Boufaden, président de la fédération tunisienne du textile et de l'habillement, ont participé, le jeudi matin 21 février 2019 au palais du gouvernement à la Kasbah, à la cérémonie de signature du pacte sectoriel du partenariat public-privé dans le secteur du textile et de l'habillement pour la période 2019-2023. La cérémonie s'est déroulée sous la présidence de M. Yousef Chahed, chef du gouvernement, en présence de M. Slim Feriani, ministre de l'Industrie et des Petites et moyennes entreprises, et de plusieurs membres du Bureau exécutif de l'UTICA.

Ce plan de relance du secteur textile & Habillement s'articule autour d'une idée phare qui est la préconisation d'un nouveau mode d'action et de gouvernance impliquant la profession et le secteur public dans la définition et la réalisation des objectifs de développement du secteur à court et à moyen terme.

L'initiative du plan de relance du secteur Textiles a pour objet de mobiliser et coordonner les actions du secteur public et du secteur privé autour d'un programme

clair et concret, établi en vue de restructurer le secteur et d'accélérer son rythme de développement en termes d'exportations, d'emploi et de valeur ajoutée.

Elle vise à contractualiser les engagements réciproques de l'ensemble des parties concernées en vue de renforcer un secteur textile, compétitif, à forte valeur ajoutée, innovant et bien positionné sur les chaînes de valeur mondiales.



Ayant consigné dans ce document unifié leurs engagements mutuels, les partenaires espèrent apporter à l'ensemble des investisseurs et régulateurs/autorités la visibilité nécessaire sur les perspectives du secteur textile à l'horizon 2023. Ceci traduit clairement un changement fondamental dans la manière de définir et d'implémenter la stratégie et les programmes d'action qui en découlent.

Les États-Unis, un partenaire commercial important du Vietnam

27/02/2019 10:28

Vingt-cinq ans après la normalisation des relations bilatérales, les échanges commerciaux entre le Vietnam et les États-Unis ont été multipliés par 120, passant de 450 millions de dollars en 1994 à plus de 60 milliards de dollars en 2018. Le Vietnam est actuellement le 16^e partenaire commercial des États-Unis et la croissance annuelle du commerce bilatéral est de 20% en moyenne.



Le textile-habillement est un produit d'exportation majeure du Vietnam sur le marché américain. Photo: Pham Kiên/VNA/CVN

En janvier 2019, les exportations vers les États-Unis ont rapporté au Vietnam plus de 5,1 milliards de dollars, soit une hausse de 42,1% en glissement annuel. Le textile-habillement, les chaussures et sandales, le bois et les produits dérivés, les téléphones étaient des produits principaux. Selon des statistiques du ministère vietnamien de l'Industrie et du Commerce, les États-Unis représentaient en janvier 23,3% des exportations nationales et ont continué d'être un marché important du Vietnam.

Dans ce même laps de temps, les importations de produits américains se sont chiffrées à plus d'un milliard de dollars. Selon Bùi Huy Sơn, responsable du bureau du commerce du Vietnam aux États-Unis, ce pays est le plus grand importateur du monde. Ses importations se sont chiffrées à plus de 2.400 milliards de dollars en 2018. *"Les États-Unis continueront d'être un importateur important dans les prochaines années, mais c'est aussi un marché où la concurrence est acharnée"*, a-t-il indiqué.

Bùi Huy Sơn a assuré que le bureau du commerce du Vietnam aux États-Unis poursuivrait ses efforts afin de contribuer au développement des relations économiques bilatérales. Il a annoncé que son bureau avait travaillé avec Rhee Brothers – l'un des plus grandes chaînes de distribution de produits alimentaires asiatiques aux États-Unis, afin de chercher des opportunités pour l'agroalimentaire au Vietnam.

Selon plusieurs spécialistes, **il est possible que les États-Unis accordent le statut d'économie de marché au Vietnam après le 1^{er} juillet 2019 et que les relations commerciales bilatérales connaissent des changements importants.** Trần Tuấn Anh, ministre de l'Industrie et du Commerce, a affirmé que son ministère concevait de grands plans pour améliorer la compétitivité des produits vietnamiens, notamment ceux des secteurs industriels et manufacturiers au service des exportations. Il a appelé les entreprises à lancer des stratégies appropriées pour renforcer leur présence sur le marché américain.

If world trade falls, what is going to happen to fashion?

The World Trade Organization's (WTO) World Trade Outlook Indicator registered in February its lowest level since March 2010.

25 FEB 2019 — 10:19



Global trade slows down and fashion holds the breath. In the middle of a trade war between the two greatest world powers and with protectionist actions from Europe to Latin America, **the perspectives for global trade are freezing**. Fashion, one of the most globalized sectors of the planet and one that depends on international trade from supply to distribution, is one of those that has more at stake. If trade falls, what future holds for fashion ?

The World Trade Organization's (WTO) World Trade Outlook Indicator recorded in February its lowest level in nine years, since March 2010. Six out of seven components of the indicator stepped back in February: only the volume of goods was maintained above the trend.

In September, the WTO already reduced its growth forecast for 2019 on world trade down 3.7%, compared to the 3.9% expected in 2018, on the occasion of the increase of trade tensions.

The two main figures of the trade war are at the same time strategic partners in textile

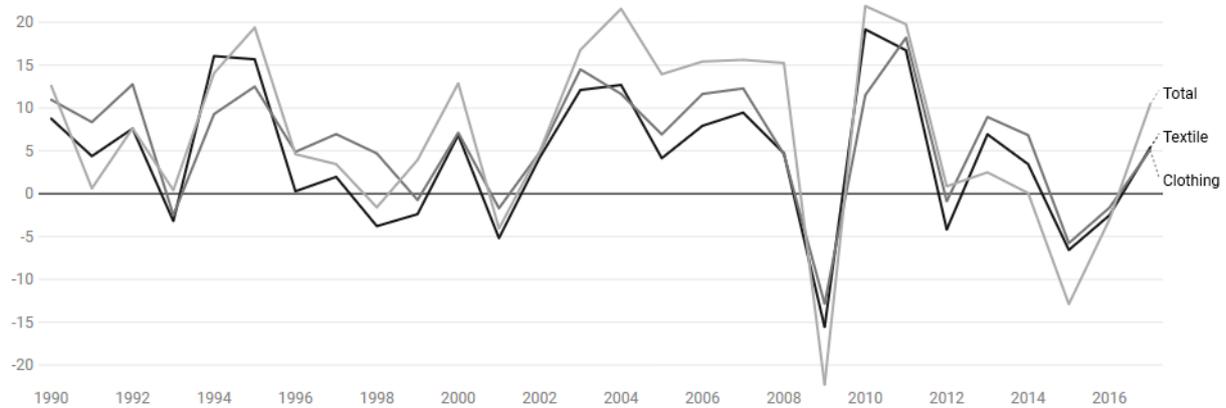
“This sustained loss of momentum highlights the urgency of reducing trade tensions, which together with continued political risks and financial volatility could foreshadow a broader economic downturn,” underlined the organism.

In this scenario, fashion is one of the sectors that has the most to lose. **Textile and clothing represent 4% of the world's trade** and its largest supplier (China) and client (United States) are precisely the main figures of the trade war.

Historically, **every time global trade has moved back, so have done fashion exports.** In fact, even when trade has barely stagnated, the impact on textile and clothing has been negative.

Evolution of the global trade

In million dollars



Source: WTO

Source: Themds.com · Get the data · Created with Datawrapper

According to the latest available data, corresponding to 2017, **textile exports were up 5.4%, while clothing exports grew by 5.1%**. Global trade, on its part, doubled that pace, with an advance of 10.4%. That was the first time since 2012 that the total evolution performed better to that registered by fashion goods.

In the last thirty years, global exports have closed five fiscal years in a downward trend. The first one, in 1998, hardly had any impact on fashion trade: while total exports fell by 1.6%, clothing ones increased by 4.7%.

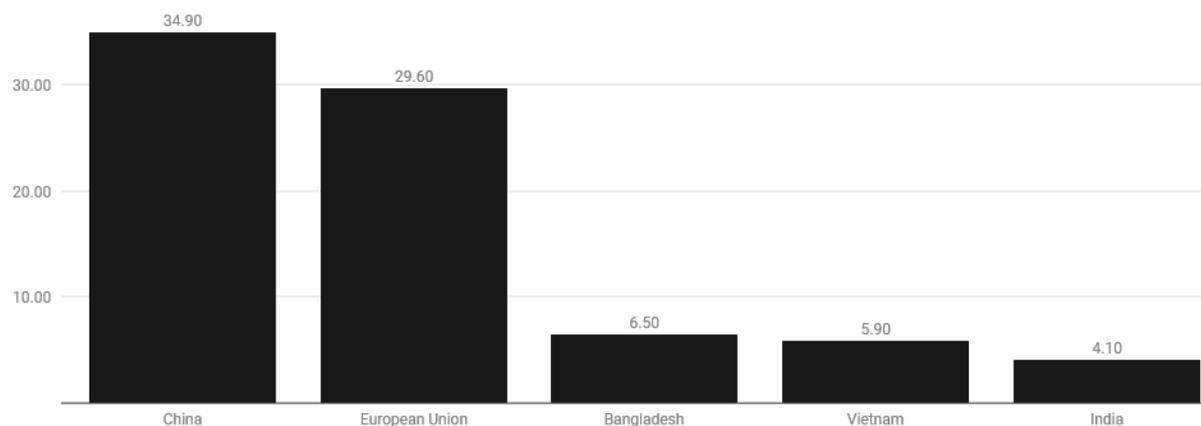
Of the five times global trade closed downwards in the last thirty years, four had an impact on fashion

Then, the sector was not as globalized as it is today: China entered the WTO in 2001 and the Multifibre Agreement expired in 2005. In fact, **clothing exports rose to 185.96 billion dollars**, in contrast with 471.59 billion from 2017.

The other four times that global trade stepped back, they followed the same pattern: in 2001, exports as a whole fell by 4%, and fashion by 1.7%; in 2009, the global drop by 22.3% and fashion by 12.8% and, in 2015, the former fell by 12.9% and clothing by 5.7%. Last time it happened was in 2016, when global trade drop by 3% and clothing exports by 1.6%.

Largest clothing exporters

In percentage over total exports

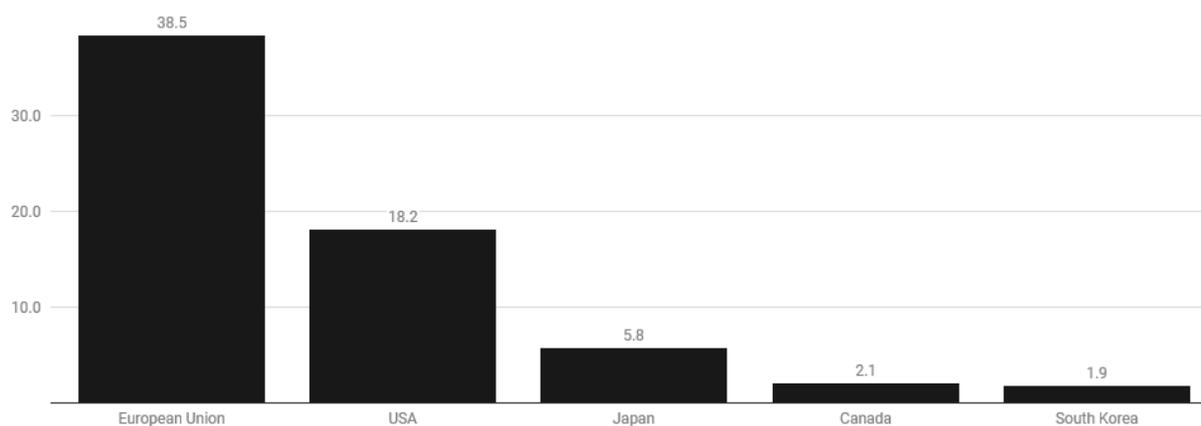


Source: WTO

Source: Themds.com • Get the data • Created with Datawrapper

Largest clothing importers

In percentage over total imports



Source: WTO

Source: Themds.com • Get the data • Created with Datawrapper

The trade war focuses on fashion

Fashion is also more exposed than other sectors to the trade war, because its two main players, China and the United States, are also strategic partners for the sector.

China, the world's largest clothing exporter, has not increased its sales abroad for three years, registering drops of 6% in 2015 and 9% in 2016, while it closed 2017 flat. The Asian giant went from taking 18.2% of fashion sales abroad in 2000 to represent 35% in 2017.

Today, the world's clothing factory is one of the main figures of the trade war, in which it has more to lose than its rival, the United States. The presidents of both countries are currently in negotiations after signing a ninety-day truce in December.

United States is, on the other hand, the world's largest clothing customer, only behind the European Union. The first world power accounted for 18.2% of the sector's global imports, after increasing them by 3% last year.

The European Union, where protectionist measures are also emerging, is another big global player in the fashion trade. **The Community market represents 28.6% of the global exports of the sector** and 20.3% of imports, and both have remained upwards in the last two years.