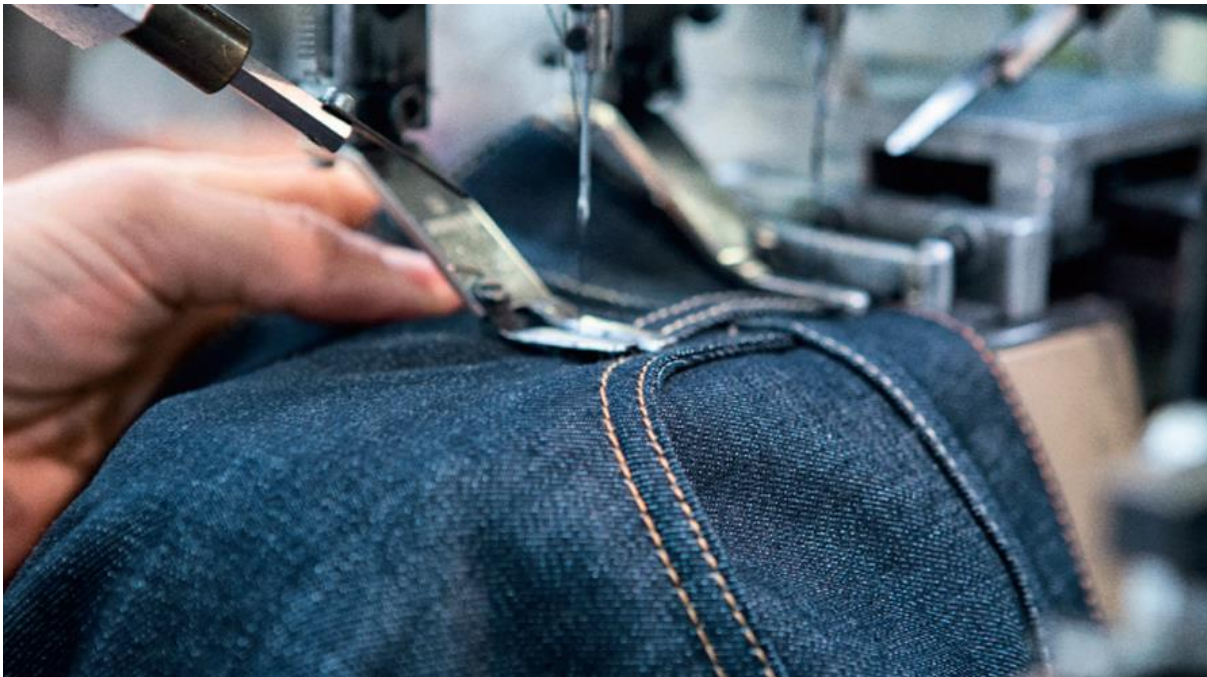


Sommaire / Summary

🌿 Africa jeans valley en gestation	1
🌿 Africa : is China the biggest benefactor of AGOA ?	3
🌿 Algérie : frémissement du secteur textile	6
🌿 Bangladesh looks to US for restoration of GSP	8
🌿 Cambodia's exports up 18 per cent	9
🌿 China's textile mills work off cotton inventories ahead of state sale	10
🌿 Chine : elle écoule une partie de ses immenses réserves de coton	12
🌿 Coton : cours en hausse aux Etats-Unis, grâce aux exportations	14
🌿 Espagne : Inditex dépasse les 23 milliards d'euros de chiffre d'affaires	16
🌿 France : les industriels plébiscitent la salle de coupe tissus de Lectra	18
🌿 France : les vêtements connectés, un potentiel truffé d'obstacles	20
🌿 India's textile exports fell five per cent in 2016	24
🌿 Madagascar : « tisser l'avenir dans le textile »	25
🌿 Maroc : l'AMITH prépare une requête sur le dumping	28
🌿 Maroc : bonnes perspectives à l'export pour le textile en 2017	30
🌿 Maroc : le Maroc est bien concerné par le Brexit	32
🌿 Maroc textile : le made in Maroc en perte de compétitivité	36
🌿 Myanmar : H&M factory damaged in labour dispute	38
🌿 Pakistan : Germany will help Pakistan to boost bilateral trade	41
🌿 Sri Lanka to do value-added exports	42
🌿 Taiwan : cheaper to make clothes in Taiwan than China	43
🌿 Tunisie : Belhassen Gherab : « la séparation de la Fenatex de l'Utica... »	45
🌿 Tunisie : secousse tellurique au patronat, qui se fissure	48
🌿 Tunisie : Néjib Karafi : « des mesures exceptionnelles s'imposent »	51
🌿 Tunisie textile-habillement : se repositionner !	54
🌿 Tunisie : la compétitivité des entreprises est en jeu »	58
🌿 Tunisie : « une stratégie de relance et non pas de sauvetage »	60
🌿 Turkey builds up textiles trade with EU	63
🌿 Vietnam : textile & garment manufacturers worried about Brexit	64
🌿 Vietnam : le secteur textile-habillement cherche à filer un bon coton	66
🌿 Vietnam : le textile vietnamien rassure après le retrait américain du TPP	69
🌿 Vietnam revises regulation on use of azo dyes in textiles	71
🌿 World : apparel companies ranked on humanrights ; M&S, Adidas top the list	72
🌿 World : man-made fibres giving stiff competition to natural fibres	75
🌿 World : polyester may edge out cotton globally	78

HABILLEMENT : L'AFRICA JEANS VALLEY EN GESTATION

Publication : 21 mars 2017



Créer une industrie de vêtements qui fédère les acteurs africains du secteur de l'habillement: tel est le rêve de l'Association professionnelle des marques marocaines (APMM) qui s'active pour lancer l'«Africa Jeans Valley».

L'Association professionnelle des marques marocaines (APMM) s'ouvre sur le continent. Ses membres travaillent actuellement sur un très ambitieux projet dans le secteur de l'habillement. Il s'agit de l'«Africa Jeans Valley», qui est présenté par ses initiateurs comme «un label panafricain». Plus concrètement, à en croire Rabii El Mourabite, secrétaire général de l'APMM, ce projet porte sur la création d'une plateforme industrielle intégrée (P2I). Celle-ci enveloppera les activités de design, de production et comprendra également les enseignes de distribution.

L'idée est de «fédérer des marques panafricaines talentueuses, essentiellement des auto-entrepreneurs et des toutes petites industries» afin de lancer un jeans

100% africain. Au-delà des jeans, plusieurs autres types de vêtements seront confectionnés à partir de cette plateforme. «Suivant les premiers montages de notre projet, le Label «Africa Jeans Valley» devrait, à l'horizon 2025, donner naissance à 5 enseignes regroupant chacune 20 marques et couvrant 5 pays africains», indique Rabii El Mourabite actif dans l'industrie de l'habillement.

En attendant du concret

Mais pour l'heure, ce projet n'en est qu'à ses balbutiements. Ses initiateurs sont ambitieux, mais il leur faudra de la persévérance et beaucoup de réalisme pour le concrétiser. «Nous sommes parfaitement conscients du fait que la portée du projet et ses ambitions sont très complexes. Mais aussi, nous sommes très avertis quant aux enjeux économiques et humains auxquels devront faire face, demain, les TPI africaines», temporise le SG de l'APMM. D'ailleurs, même le montage financier n'a pas encore été établi. «Une fois que les études et les analyses préliminaires du projet seront bouclées, nous devons d'abord faire une vaste tournée africaine pour promouvoir et faire connaître le label auprès des acteurs locaux de la chaîne de valeur», fait-on savoir auprès de l'APMM. Ce n'est que dans une prochaine phase que «le reliquat financier nécessaire au démarrage du label fera l'objet d'une demande adressée aux business-angels africains», note Rabii El Mourabite.

Créée en 2014, l'APMM est une plateforme associative dédiée au soutien des jeunes créateurs de marques africaines dans l'habillement, l'artisanat et les produits de terroir. Tournée exclusivement vers le marché africain, l'APMM joue le rôle d'un espace de coopération Sud-Sud favorisant l'interaction et l'échange entre les partenaires. Trois objectifs animent les membres de l'APMM. Primo, valoriser l'offre et l'expertise des très petites industries africaines à travers des modèles économiques ambitieux et collaboratifs. Secundo, encourager les artisans et les micro-structures industrielles panafricaines à se développer sur le continent tout en mutualisant leurs ressources et leurs compétences respectives. Tertio, assister les décideurs publics africains dans la mise en place des programmes de migration de l'informel et la contrefaçon vers des GIE et des marques propres. Ayant un modèle associatif très particulier, trois réalisations majeures ont eu lieu, s'inscrivant dans un plan continental moyen à long terme: d'abord, la mise à la disposition de nos membres de deux antennes basées à Casablanca et à Marrakech. Ensuite, l'initiation de plusieurs partenariats avec des acteurs locaux d'autres pays frères: le Sénégal, la Côte d'Ivoire, le Nigeria, le Gabon et le Congo-Brazzaville dans la perspective d'étendre nos antennes. Enfin, la réalisation de la première étude de marché dans la filière du jeans et sportswear marocaine.

MONDAY, 20 FEBRUARY 2017 13:06

IS CHINA THE BIGGEST BENEFACTOR OF AGOA?

"African Growth and Opportunity Act (AGOA), signed into law by the Clinton administration in 2000, was designed to provide African manufacturers tariff-free access to the US market to bolster trade. Indeed the legislation proved a dynamic employment vehicle in signatory countries, creating as many as 350,000 direct jobs by removing tariffs on some 6,500 products including vehicles, garments and metalwork. The Obama administration signed a 10-year extension to the Act in a move welcomed by African governments and manufacturing associations.

African Growth and Opportunity Act (AGOA), signed into law by the Clinton administration in 2000, was designed to provide African manufacturers tariff-free access to the US market to bolster trade. Indeed the legislation proved a dynamic employment vehicle in signatory countries, creating as many as 350,000 direct jobs by removing tariffs on some 6,500 products including vehicles, garments and metalwork. The Obama administration signed a 10-year extension to the Act in a move welcomed by African governments and manufacturing associations.



Witney Schneidman, senior international advisor for Africa at law firm Covington & Burling, who was involved in the passage of the Act, says it doesn't matter where capital comes from as long as jobs are being created and labour conditions are good, and people and governments benefit. Whether it's a Chinese, Indian, or Turkish company is not the prime consideration. Yet for its critics, AGOA has had a far more malevolent effect, allowing Chinese and Taiwanese firms to colonise African manufacturing space and curtail indigenous businesses in a cynical bid to access the lucrative US market. With Donald Trump's presidency dedicated to recasting trading relations – and keen to propagate the idea that China is taking advantage of the US – the debate over who benefits from AGOA could play a key role in US–Africa relations in the years ahead.

The reality check

In 2012, three researchers at the University of Oxford's Centre for the Study of African Economies, Lorenzo Rotunno, Pierre-Louis Vézina and Zheng Wang, delivered a paper investigating whether Chinese manufacturers were using Africa as a trade corridor to access the US market. They discovered that a combination of restrictive US quotas on Chinese apparel imports and the preferential treatment handed to African manufacturers gave Chinese firms an incentive to route their trade through the continent, even while providing very little work to African employees.

There is some statistical evidence that AGOA has allowed Chinese businesses to use African countries as a trade corridor to reach the US, informs Vézina. This was possible thanks to the absence of rules of origin, meaning that AGOA countries were allowed to source as much garment as they wished from China and re-export to the US. In the end, it was concluded that African involvement was limited to little more than final assembly of almost finished products.

By 2013, according to Tang Xiaoyang, a professor at Tsinghua University, Chinese investment in southern Africa's apparel sector was at a third of peak levels, the result of the collapse of the MFA, rising labour costs, a skills deficit, and the cancellation of incentives by African governments. Low-cost southeast Asian firms stepped into the breach – a 2016 report from the Office of the US Trade Representative found that while exports from Africa to the US had increased from some \$600m in 1999 to almost \$1bn in 2015, exports from Vietnam increased over the same period from virtually zero to \$10.7bn.

Advantage China

Helen Hai, chief executive of the Made in Africa Initiative, a co-founder of C&H Garments, says it is foreign bulk buyers, rather than African or Chinese manufacturers, that benefit the most from the tariff reductions of AGOA. Rather than taking advantage of their African hosts, committed Chinese firms are bringing manufacturing expertise that the continent previously lacked.

It is this continuing knowledge deficit, rather than an overbearing Chinese presence, which is preventing Africans from accessing AGOA privileges, she argues.

The reason China is able to have scalable manufacturing skills is because they created a cluster this gives economies of scale. If blue-collar wages continue to rise in China, analysts believe Chinese manufacturers will look to Africa as a source of affordable labour.

While critics and defenders of AGOA appear deadlocked over the issue of Chinese influence, election of Donald Trump has upended all assumptions about the future of the Act and wider US trade policy in Africa. Schneidman suggests adding clauses to AGOA to limit overbearing Chinese influence – similar to those introduced by the US Millennium Challenge Corporation limiting Chinese involvement in US-funded infrastructure projects – could resolve criticism. Trump's perception of China is just as important as the reality. Reform, rather than repeal, may be required if Africans – including those in Chinese factories – are to continue seeing the benefits of AGOA.

FRÉMISSEMENT DU SECTEUR DU TEXTILE EN ALGÉRIE Une industrie de fil en aiguille

Par Walid AÏT SAÏD - Dimanche 19 Février 2017 00:00



L'Algérie possède des capacités de production de 250 millions de mètres de tissu par an non exploitées

L'Algérie est un marché vierge de 4 milliards de dollars avec entre autres, des capacités de production de 250 millions de mètres de tissu par an, non utilisées. Les capacités sont là, il reste maintenant à savoir comment les exploiter...

La relance de l'industrie du textile, c'est la bataille menée par Abdessalem Bouchouareb depuis sa prise en main du ministère de l'Industrie et des Mines. Un combat que beaucoup ont annoncé perdu d'avance! Mais lui y croit dur comme fer. Car, on parle là, d'un «marché local de 4 milliards de dollars», ne cesse-t-il de répéter. Plus encore, l'Algérie possède des capacités de production de 250 millions de mètres de tissu par an non exploitées. Un véritable trésor pour l'Algérie qui se noie dans une crise financière sans fin en n'arrivant pas à diversifier son économie. Il faut néanmoins avouer que la tâche ne s'annonce pas de tout repos avec la concurrence des produits turcs, et asiatiques, notamment chinois.

Il est difficile de concurrencer ces pays qui noient le monde de leurs «habits»! Mais l'Algérie y croit dur comme fer. Sachant qu'elle ne peut rivaliser avec eux, elle a décidé de les prendre comme partenaires selon des contrats «gagnant-gagnant». Pour cela, il s'appuie sur l'usine de textile de Relizane lancée en partenariat avec les Turcs. Implantée sur une superficie de 100 ha, sur le parc

de Sidi El Khettab, à 20 km au nord de la ville de Relizane, le complexe, dont le coût d'investissement est estimé à 150 milliards de dinars, devra générer près de 25 000 emplois et sera appelé à répondre aux besoins du marché national en produits d'habillement. Le futur complexe a pour objectif de satisfaire les besoins du marché national, couvert actuellement à moins de 4%, en matière de vêtements pour femmes, hommes et enfants avec une production révisionnelle de 60 millions de mètres de tissu et 30 millions de pantalons «Jeans» par an dont 40% destinés au marché national et le reste à l'exportation à hauteur de 60%. À travers, le Groupe Getex, actionnaire majoritaire (dans l'usine de Relizane, ndlr), l'Etat vise à structurer durablement l'ensemble de la filière pour voir émerger autour de lui des milliers de TPE & PME dans la confection et l'habillement, la tannerie et la mégisserie, la chaussure et la maroquinerie, la distribution, l'ingénierie, la formation, les études... Bref, dans toutes les branches textiles et métiers de cette industrie. Cependant, ce mégaprojet sera «optimisé» par la relance des unités de textile à Draâ Ben Khedda, à Tizi Ouzou, Béjaïa, Batna, Jijel, Sétif, Constantine, Khenchela, Biskra, Djelfa, Laghouat, Saïda, Tissemsilt, Oran, Aïn Témouchent, Tlemcen, Alger, Blida et Bouira. Après avoir mis en place les premières pierres de cette relance, le gouvernement tente de faire la promotion de cette industrie qui veut renaître de ses cendres, ce qui pourrait lui permettre d'attirer d'autres mastodontes du domaine après les Turcs.

Du 2 au 5 avril 2017 prochain, plus de 250 exposants sont ainsi attendus à Oran pour prendre part au premier Salon international dédié au textile. Il s'agit de «Textyle-Expos», un événement organisé par la Sarl Sgcom Event, sous le haut patronage du ministre de l'Industrie et des Mines et du wali d'Oran, ainsi que la collaboration de la Chambre de commerce et d'industrie de l'Oranie. La grosse artillerie a été engagée afin que cet événement ô combien important soit une réussite totale. Ce sera une occasion d'échanges et de rencontres entre les différents acteurs tant nationaux qu'internationaux parmi les producteurs de matières premières, fabricants de machines et de produits finis, prêt-à-porter ainsi que les créateurs et les spécialistes en design. Il faut dire que le peu de textile algérien qui reste est proposé à bas prix. Mais la qualité et le design laissent à désirer. L'expérience étrangère ne pourra donc qu'être bénéfique et ce afin que le rêve «made in bladi» devienne réalité...



MONDAY, 03 AUGUST 2015 07:05

BANGLADESH LOOKS TO US FOR RESTORATION OF GSP

Bangladesh is pressing the US to restore GSP facilities and allow duty and quota-free access to American market. Bangladesh feels it has made progress in ensuring workers' rights and safety with the government committed to making apparels a clean, dignified and productive sector.

Bangladesh feels that as an LDC it does not enjoy any special or differential treatment from the US in terms of trade while preferential treatment is enjoyed by Trans-Pacific partners who might chip away the competitive edge of a country like Bangladesh in the US market.

Bangladesh apparels are subject to high tariff in the US while these apparels are exported at zero tariff to almost all other developed countries in the world. Following a continuous negative growth in 2014 Bangladesh's readymade garment exports to the US started to rebound in January to March 2015.

Vietnam is Bangladesh's main competitor in the apparel trade. Bangladesh's garment exports to the American market are not expected to be affected by the proposed Trans-Pacific Partnership. The reason: the country is performing well now even after paying a higher duty than Vietnam. Currently, Bangladesh is the sixth largest garment exporter to the US and Vietnam is the third largest.



TUESDAY, 21 MARCH 2017 12:29

CAMBODIA'S EXPORTS UP 18 PER CENT

Cambodia's exports grew 18 per cent in 2016 while imports went up 16 per cent. The European Union is Cambodia's biggest market. Exports to Japan rose 45 per cent and exports to China by 50 per cent. By contrast, exports to the United States, traditionally a key market for Cambodian garment exporters – remained flat.

The country's garment and footwear sector accounts for over two-thirds of the country's exports by value. About 90 per cent of all exports were shipped under GSP and MFN schemes, which allow many Cambodian products to enter markets with reduced tariffs or duty-free. Imports from China – the largest supplier of goods to Cambodia – rose 16 per cent last year. Imports from Thailand and Vietnam increased by 22 per cent and 53 per cent.

Faster export growth helped trim Cambodia's trade deficit from 11 per cent in 2015 to 10.2 per cent in 2016. But even with preferential trade privileges that have helped swell rice exports to the European market, Cambodian producers must improve quality and slash production costs to remain competitive.

The country still needs to import a lot of machinery and construction materials, which are required for the construction of manufacturing facilities and other business operations.

Sun Mar 15, 2017 | 12:16am EST

China's textile mills work off cotton inventories ahead of state sale

China's textile mills have worked off cotton inventory in the hope of picking up lower-priced fiber when the [government](#) in the world's top textile market resumes annual sales of state reserves on Monday even after getting caught short last year.

China will offer 30,000 tonnes of cotton per day for sale until the end of August, the National Development and Reform Commission announced late last year, as Beijing seeks to whittle down its large, ageing stockpile.

"Most of the companies have low stocks, as they expect cotton prices would drop with the coming state reserves auction," said Ye Jianchun, vice president of China Cotton Textile Association, at an annual cotton industry conference held in Beijing on Friday.

"They are also confident that the quality of auctioned cotton would be quite good," Ye said.

Last year, delays in the auctions until May from March and poor quality of the fiber in the first few sales tightened supplies, leading to panic buying by mills and spurring a surge of almost 70 percent in prices in just under nine months.

The most-active futures hit 4-1/2-year highs in November. Industry insiders, however, think this year will be different.

A purchasing manager at a textile company in Shandong province, a major producer of the fiber, said she only had one month of cotton in stock, rather than the usual two to three months of inventory.

"Last year, (the auction) was rushed. This year, (the government) is better prepared," she said. She declined to give her full name as she is not authorized to speak to the media.

Traders say they are confident that the **government** will be able to meet its daily auction target this time, and prices will drop, at least in the short term.

Still, hurt by price volatility last year, the industry is more guarded against potential risks.

"If (the government) meets its promise, in terms of the volume and quality structure of the auctioned cotton, it will benefit the market a lot," said Wei Gangmin, chairman of Henan Tongzhou Cotton Trade Co Ltd, a cotton trader and processor in China. The company has 11 ginning mills and two spinning mills.

"But if it can't, it will cause volatility. If prices went up, it would restrain demand and obstruct the goal of reducing stocks." Wei said.

The international market is closely watching China's state sales, as it holds more than half of the world's stocks in reserves and an increase in domestic supplies would further dent imports

La Chine écoule une partie de ses immenses réserves de coton

MURYEL JACQUE Le 13/03 à 06:00

Le marché a salué la réussite de la première enchère des stocks chinois de l'année. Les cours sont au plus haut depuis 2014.

Les filatures chinoises ont tout acheté. Les premières 30.000 tonnes de coton, issues de ses stocks, que le pays a mis en vente la semaine dernière par enchères sont parties très vite. Pari réussi pour Pékin qui, assis sur 60 % environ des réserves mondiales de la fibre naturelle, veut écouler cette année 25 % de plus que l'an dernier, soit 3,75 millions de tonnes au total. **« Ce succès n'est pas une vraie surprise dans le sens où les statistiques nous montrent que les usines chinoises doivent acheter environ 2 millions de tonnes de ce coton tiré des réserves pour satisfaire leurs besoins »**, commentent les spécialistes de Plexus Cotton.

Sur les marchés mondiaux, les investisseurs font eux aussi depuis plusieurs mois le pari d'une demande forte pour le coton, grâce à une croissance économique plus vigoureuse attendue en 2016 et 2017. Si l'Inde devrait utiliser moins de fibre, le Bangladesh et surtout le Vietnam devraient nettement augmenter leurs achats. En cinq ans, les besoins du Vietnam auront plus que doublé.

Optimisme des investisseurs

A New York, les données de la Commodity Futures Trading Commission (CFTC) révèlent ainsi que les investisseurs ont rarement été aussi optimistes sur une montée des cours. En 2016, le coton a grimpé de 36 %, et de plus de 8 % depuis le début de l'année. Lundi dernier, les cours ont atteint un pic qu'ils n'avaient pas connu depuis juin 2014.

Lentement, le marché mondial du coton sort la tête de l'eau. Submergé depuis des années par des stocks gigantesques, son rééquilibrage est en route. Les yeux sont donc rivés sur la Chine pour savoir si les autorités seront capables ou non maintenir le rythme de liquidation des réserves. La route est encore longue puisque les enchères, réalisées chaque jour de la semaine, doivent durer jusqu'à la fin du mois d'août.

En attendant, le marché note aussi l'impressionnante cadence des exportations hebdomadaires américaines cette saison : la semaine dernière, le pays a vendu un volume de coton inégalé depuis près de onze ans.

Coton: cours en hausse aux Etats-Unis, grâce aux exportations

17/03/2017 | 15:41



NEW YORK (awp/afp) - Les cours du coton ont progressé cette semaine aux Etats-Unis, profitant d'une demande à l'export toujours dynamique.

"Les filatures étrangères continuent à acheter du coton américain, même quand son prix monte", a mis en avant Louis Rose de Risk Analytics.

Le département américain de l'Agriculture (USDA) a de nouveau fait part cette semaine d'exportations hebdomadaires jugées positives par les analystes.

"Les ventes à l'export continuent à avoir de l'avance" sur leur rythme habituel, ont relevé les experts de Plexus dans une note.

Cet appétit pour le coton américain s'explique par une conjonction de facteurs: la récolte en Australie n'a pas encore commencé, le coton d'Afrique de l'ouest, qui a eu un temps la faveur des acheteurs, est presque épuisé et l'Inde continue d'avoir du retard après avoir souffert d'un gel de son commerce il y a plusieurs mois avec la suppression des grosses coupures de billets, a ainsi énuméré Louis Rose, qui jugeait par ailleurs la récolte américaine de "bonne qualité".

A la fin du mois, les marchés prêteront attention aux estimations par l'USDA de surfaces plantées qui donneront un premier aperçu de la prochaine récolte aux Etats-Unis.

Par ailleurs, les experts de Plexus relevaient à nouveau l'importance des pré-commandes des filatures dont les prix n'ont pas encore été déterminés.

"Ces acheteurs vont devoir acheter des contrats à terme à un moment où à un autre pour déterminer les prix", a détaillé Jack Scoville, de Price Futures dans une note, jugeant que cela serait favorable aux cours.

La livre de coton pour livraison en mai, contrat le plus actif sur l'Intercontinental Exchange (ICE), s'échangeait vendredi à 78,23 cents, contre 77,29 cents en fin de semaine précédente.

L'indice Cotlook A, moyenne quotidienne des cinq prix du coton les plus faibles sur le marché physique dans les ports d'Orient, s'affichait à 87,40 dollars les 100 livres jeudi, contre 87,10 dollars une semaine plus tôt (+0,34%).

lla/jdy/nth

Inditex dépasse les 23 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2016

JEAN-NOËL CAUSSIL |
ENTREPRISES, DISTRIBUTEURS, INDITEX
PUBLIÉ LE 16/03/2017

Le groupe de mode espagnol Inditex (Zara) publie un chiffre d'affaires en progression de 12% en 2016, à 23,3 milliards d'euros.



Inditex exploite 7300 magasins dans 93 pays. © Inditex

Le groupe de mode **Inditex**, dans le catalogue duquel on trouve notamment Zara, a réalisé en 2016 un chiffre d'affaires de 23,3

milliards d'euros, en hausse de 12% et, surtout, en progression « dans toutes les zones géographiques dans lesquelles le groupe possède une activité ». Cette croissance des ventes, ramenée à +10% à magasins comparables, s'accompagne d'un bénéfice net lui aussi en augmentation de 10%, à 3,16 milliards d'euros.

7300 magasins dans 93 pays

Toutes enseignes confondues, Inditex dispose désormais d'un parc de 7300 boutiques, soit 279 de plus qu'en 2015. Présent dans 93 pays, Inditex s'est lancé dans cinq nouveaux marchés l'année dernière, en « dur », en Nouvelle-Zélande, au Vietnam, au Paraguay, à Aruba et au Nicaragua, et a étendu ses ventes sur internet à douze pays supplémentaires.

LECTRA : Les industriels plébiscitent la salle de coupe tissus de Lectra : 3 000 Vector® vendus en dix ans

Nasdaq le 14/03/2017 à 17:50

Les industriels plébiscitent la salle de coupe tissus de Lectra : 3 000 Vector® vendus en dix ans

Lectra se réjouit de l'enthousiasme constant de ses clients pour sa solution phare Vector, qui garantit leur excellence opérationnelle et les prépare à l'Industrie 4.0

Paris, le 14 mars 2017 - Lectra, numéro un mondial des solutions technologiques intégrées pour les industries utilisatrices de tissus, cuir, textiles techniques et matériaux composites, annonce la vente de son 3 000^e Vector® en dix ans. La gamme Vector a révolutionné la découpe automatique de tissus et connu un succès immédiat auprès des industriels de la mode, de l'automobile et de l'ameublement. Elle est aujourd'hui une référence incontestée des salles de coupe, comme en témoigne la progression de ses ventes, de +15 % en 2016.

L'enthousiasme pour Vector, dans les pays développés comme dans les économies émergentes, s'explique par une combinaison d'avantages compétitifs pour les fabricants. Son taux de disponibilité machine record, de plus de 98 %, et sa performance permettent de minimiser le coût par pièce, et ainsi d'accroître la rentabilité des opérations des clients de Lectra. En outre, sa précision de découpe et sa capacité à produire des pièces sans espacement génèrent, grâce aux gains significatifs de matière, des économies de plusieurs centaines de milliers d'euros par an pour les industriels qui utilisent Vector.

Lectra n'a cessé, par une série d'innovations décisives, d'aider ses clients à atteindre des objectifs d'excellence opérationnelle toujours plus ambitieux. Véritable saut technologique depuis 2007, le Vector repousse les limites en termes de vitesse, qualité et fiabilité. La nouvelle génération de Vector lancée en 2012 a instauré de nouveaux standards, à ce jour inégalés, de productivité et de pilotage de la performance. Fin 2016, elle est complétée de deux nouveaux modèles : Vector iQ, dont le dispositif de découpe continue permet d'accroître la productivité de 10 %, et VectorAuto iX6, spécialisé dans la découpe de tissus synthétiques pour sièges et intérieurs de voitures.

Vector doit sa fiabilité aux multiples capteurs dont il est équipé - plus de 120 à son lancement, jusqu'à

180 aujourd'hui - afin de mettre en oeuvre la maintenance préventive et prédictive. Les Vector installés dans le monde entier dialoguent en temps réel avec les cinq *call centers* internationaux de Lectra, dont les experts peuvent ainsi intervenir à distance et en temps réel.

« Pionnier de l'Internet des Objets, Vector a été la première solution de découpe du marché connectée à Internet et disposant d'un système de maintenance prédictive. La gamme répond

pleinement aux concepts de l'Industrie 4.0 et ses services innovants en font un atout majeur de la salle de coupe du futur », déclare Daniel Harari, directeur général de Lectra.

® Vector est une marque déposée de Lectra.

A propos de Lectra

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

www.lectra.com

Responsable **Relations** **Presse** **Groupe** : Nathalie Fournier-Christol

E-mail : n.fournier-christol@lectra.com

Tél.: +33 (0)1 53 64 42 37 - Fax: +33 (0)1 53 64 43 40

Les vêtements connectés, un potentiel truffé d'obstacles

[Le 20.03.2017 à 12h57](#)



Les perspectives des vêtements connectés sont prometteuses dans le sport et la santé-
AFP/Archives/FREDERICK FLORIN

Trop chers, compliqués à entretenir et encombrants, pour une utilité pas toujours évidente: les vêtements connectés ont de nombreux défis à surmonter. Mais des start-up, y compris françaises, ont investi le créneau, éveillant l'intérêt de l'industrie textile.

Le marché mondial des textiles "intelligents" devrait atteindre 1,5 milliard d'euros en 2021, selon une récente étude du cabinet d'analyses Kamitis. Une goutte d'eau par rapport à un marché mondial de l'habillement ayant déjà allègrement dépassé la barre des 1.200 milliards de dollars.



Les vêtements intelligents pourraient se faire une place parmi les vêtements professionnels de protection, en captant des données comme une température exceptionnelle-AFP/Archives/JEAN PIERRE MULLER

"C'est un marché de niche, mais on commence à en voir le potentiel et l'utilité" dans certains domaines, estime Lutz Walter, responsable recherche-développement et innovation chez Euratex, la confédération des fabricants européens de textile, interrogé par l'AFP lors d'un colloque mi-mars à Paris.

Les vêtements intelligents pourraient notamment se faire une place parmi les vêtements professionnels de protection, en captant des données comme le mouvement, le rythme cardiaque et la température corporelle, et en ayant la capacité de donner l'alerte, voire déclencher des actions de manière autonome, explique-t-il.

Pour les mêmes raisons, les perspectives sont également prometteuses dans le sport et la santé, même si, "dans le médical, le développement se fera plus à long terme en raison des contraintes réglementaires" propres à ce secteur, pronostique M. Walter.

- Partenariats stratégiques -

Cependant, "les gens ne veulent pas porter des vêtements qui n'ont plus un caractère textile: si c'est encombrant, si on ne peut pas les laver en machine, c'est compliqué" d'obtenir une adhésion de masse, y compris des industriels, prévient-il.

La crainte d'effets néfastes pour la santé d'une surexposition aux ondes électromagnétiques est un autre frein important aux yeux des consommateurs, selon

l'Union des industries textiles (UIT), qui souligne aussi les enjeux de confidentialité des données.

"En Europe, le risque n'est pas dans l'ADN" des industriels du textile, qui "préfèrent attendre qu'une innovation existe déjà ailleurs" pour s'y intéresser, critique Florian Miguet.

Cet ancien manager en Asie pour des marques "outdoor" s'est lancé dans un projet de vêtement thermique connecté avec sa start-up Clim8.

Associée à une marque de vêtements de Corée du Sud, Clim8 doit démarrer en octobre la vente dans ce pays d'un maillot de corps doté de son système de chauffage électrique très basse tension entre les fibres, qui se déclenche localement quand la température corporelle, mesurés par des micro-capteurs, descend en dessous du niveau de confort souhaité.

Une solution "cinq fois plus chère" que les technologies classiques de textile thermique comme Gore-Tex ou Heattech, reconnaît M. Miguet, qui mise sur d'autres partenariats similaires avec des marques de vêtements "premium" pour convaincre les consommateurs.

BioSerenity, l'un des pionniers français des vêtements connectés à des fins médicales, pour surveiller l'apnée du sommeil par exemple, s'apprête aussi à passer à l'échelle industrielle, grâce à un partenariat noué l'an dernier avec le groupe français Innothéra, fabricant de bas de contention.

- Gare au gadget -

Toujours dans la santé, la jeune start-up Akiros, basée à Compiègne (Oise), travaille quant à elle sur un pré-prototype de T-shirt doté de capteurs de position et d'activité musculaire, pour faciliter la rééducation de patients souffrant de mal de dos notamment.

"Notre objectif est de développer un dispositif médical" conçu pour assister des professionnels de santé, explique à l'AFP le président d'Akiros, Antoine Rouhban, ingénieur biomédical de formation.

Claire Eliot, designer ayant appris l'électronique en autodidacte, tente pour sa part d'allier ses deux passions en créant notamment des prototypes de vêtements brodés de LED, dont la couleur varie en fonction de l'environnement chromatique ou sonore, dans un souci de personnalisation.

"Pour l'instant les vêtements connectés sont beaucoup utilisés dans l'événementiel, pour faire de la com", déplore Claire Eliot. Tout en reconnaissant que "les batteries sont encore trop grosses, et les capteurs trop chers" pour que le secteur de la mode les adopte rapidement.

Les vêtements intelligents "sont un formidable levier pour revaloriser le textile", juge Christine Corroy, responsable du département textile à l'école d'ingénieur Itech, près de Lyon.

Mais leurs bénéfices pour l'utilisateur devront être réels: "Si c'est un gadget, on achète une fois, mais pas deux", prévient-elle.



TUESDAY, 21 MARCH 2017 12:39

INDIA'S TEXTILE EXPORTS FELL FIVE PER CENT IN 2016

India's textile exports fell five per cent in 2016 compared to 2015. Demand remained sluggish and India has been losing out to China. That country's cost of production remained almost flat and there has been currency depreciation. The Chinese currency has weakened nine per cent over the dollar. In contrast, the cost of production has increased sharply in India and the rupee has appreciated around five per cent. So India's receivable export proceeds have declined proportionately.

The past year has seen a 25 to 30 per cent jump in labor cost. Since labor is a major component of the overall cost, the cost of apparel production has risen proportionately. Overall, therefore, India's textile and apparel exports are estimated to remain flat in calendar 2017 as the benefits offered to the industry are negated by a sharp increase in the cost of production and appreciation in the rupee.

Demand for fabric from apparel makers has been subdued. The country's fabric production was tepid in April-September 2016, with a modest growth of two per cent. Demonetisation added to the challenges being faced by this fragmented and unorganised segment, seen in a six per cent fall in fabric production during the December quarter.

Eva Razafimandimby : « Tisser l'avenir dans le textile »

13 MAR 2017 | PAR [LA RÉDACTION](#)



Eva Razafimandimby, directrice exécutive du Groupement des entreprises franchises et partenaires malgaches-Gefp – DR

Avec la réintégration de Madagascar dans le programme African Growth and Opportunity Act- AGOA en 2014, le textile malgache représente un secteur d'avenir. Eva Razafimandimby, directrice exécutive du Groupement des entreprises franchises et partenaires malgaches-Gefp nous file un état des lieux du secteur.

Le gouvernement malgache mise aujourd'hui dans le textile pour développer Madagascar. Pourquoi ?

Tout à fait, depuis notre retour dans l'AGOA en 2014, un accord commercial qui facilite les exportations textiles vers les Etats Unis, le bilan est plus que positif. En 2015, les exportations malgaches ont atteint les 206 milliards d'ariary (65

millions de dollars), soit une augmentation de 136 % par rapport à l'année 2009. Rien que pour le premier trimestre 2016, on a enregistré 174 milliards d'ariary (55 millions de dollars) d'exportations. Le secteur textile génère aujourd'hui plus de 100 000 emplois, soit 30 % des emplois du secteur industriel du pays.

En parlant d'AGOA, avec la nomination du nouveau président des Etats Unis Donald Trump, ce programme est-il maintenu ?

Pour l'instant, nous sommes tranquilles. Nous espérons que l'échéance de l'AGOA en 2025 arrivera à bon port et ne sera pas interrompu entre temps.

En matière d'exportations, quels sont nos plus grands marchés ?

Avec ses 28 pays membres, l'Union européenne est notre première destination. Ensuite, on a l'Afrique du Sud et en troisième position les Etats Unis. D'ici le milieu de l'année 2017, les Etats Unis vont être la deuxième destination des produits textiles malgaches. Les entreprises franches qui ont un visa pour exporter vers les States ont doublé leur effectif d'employés ce qui fait que le volume des exportations va augmenter. On peut aussi parler de la coopération stratégique Maurice Madagascar. De plus en plus de grandes entreprises textiles mauriciennes viennent s'implanter à Madagascar comme la Compagnie mauricienne textile sis à Ambohimangakely depuis 2014. Cela a pour objectif de développer économiquement Madagascar d'un côté et rendre compétitif le textile mauricien de l'autre.

Il s'agit d'un secteur idéal pour investir, votre avis ?

Contrairement à ce que les Malgaches pensent, le secteur textile est la deuxième source de devises dans le pays. En créant des emplois, le textile contribue à renflouer la caisse de l'Etat en payant l'Impôt sur les revenus salariaux et assimilés-Irsa et l'Impôt général sur le revenu-Igr. Par ailleurs, il crée des valeurs ajoutées en ayant des sous-traitants et des prestataires (transitaires, compagnies de services, banques, assurances, transporteurs, restaurateurs, etc.). Il s'agit d'un secteur très rentable non seulement pour l'entreprise mais aussi pour l'Etat. On se demande pourquoi il n'y a pas assez de capitaux malgaches dans le secteur textile alors qu'il y a des fonds français, mauriciens et chinois.

Malgré les atouts économiques, les observateurs locaux considèrent qu'il y a un manque de professionnalisme. Votre avis ?

Je dirai plutôt qu'il manque des compétences. On n'a pas des ingénieurs, techniciens, patronniers, designers, etc. Il faut faire appel à des expertises étrangères. Voilà pourquoi il faut miser sur le transfert de technologie pour se mettre au diapason selon les besoins des clients, la collection et la tendance. Cela permettrait aux malgaches d'accéder à des postes importants. Côté main d'œuvre, les produits made in Madagascar sont d'une qualité irréprochable et n'ont été refoulés dans aucun pays de destination.

Quels sont les problèmes qui entravent le développement du textile à Madagascar ?

A cause de notre insularité, nous mettons au minimum 21 jours pour acheminer nos produits vers les Etats Unis or les pays concurrents comme la Chine ne met que 5 jours. Par ailleurs, les conditions de travail ne sont pas très favorables ne serait-ce que pour parler du problème de délestage qui dure en moyenne 3 à 4 heures par jour. Si on veut travailler correctement, il faut investir dans des générateurs qui alourdissent nos dépenses. On peut aussi souligner les problèmes d'approvisionnement en matières premières pour la filature notamment le coton.

Quels sont les objectifs du Gefp pour rendre plus compétitif le secteur ?

Notre objectif est avant tout de malgachiser les postes. Il faut des formations spécialisées pour les jeunes puis un recrutement massif. Cela va de pair avec la loi 040 du 9 décembre 2015 portant sur la politique nationale de l'emploi et de la formation professionnelle. Il faudrait aussi libéraliser ce secteur pour faciliter l'intégration des investisseurs malgaches dans le système (dédouanement, traitement des dossiers, accompagnement, etc.).

Vous avez organisé en novembre dernier le salon Origin Africa. Quel bilan ?

C'est surtout un bilan positif. Cela a permis de montrer que Madagascar est de nouveau dans le business. Origin Africa a été une occasion pour faire rencontrer les investisseurs et les fournisseurs en matière textile. Nous serons présents à la 8e édition du Salon Origin Africa en septembre prochain à Maurice. C'est une stratégie de communication pour faire savoir au reste du monde que le secteur textile malgache renaît de ses cendres après la fermeture d'une centaine d'entreprises franches pendant les crises de 2009.

Des projets en vue pour favoriser l'expansion du secteur textile ?

Le gouvernement malgache a lancé officiellement lors du salon Origin Africa le projet Textile city. Il s'agit de la création de zones économiques spéciales du côté de la RN4 (axe Antsirabe) et de la RN7 (axe Tamatave). Textile city s'étendra sur une superficie de 1 000 000 m² avec un investissement estimé à plus de 950 milliards d'ariary (300 millions de dollars). Les industries textiles seront donc concentrées dans une seule zone afin de satisfaire la demande mondiale. Cela permettra, on l'espère, de créer 200 000 emplois, d'augmenter la valeur de l'exportation des produits textiles malgaches de 3,165 milliards d'ariary (un milliard de dollars) d'ici 5 ans, et faire de Madagascar le premier exportateur mondial en textile. Il faut tisser l'avenir dans le textile !

Textile. L'Amith prépare une requête sur le dumping

Lundi 20 mars 2017

Une enquête est en cours de lancement par la profession. Ses conclusions permettront de déposer une requête auprès du ministère du Commerce extérieur pour demander la mise en place de mesures de défense commerciale.

"C'est une première. Jamais une étude sur le phénomène n'avait été lancée par la profession. Nous en avons parlé par le passé, via la presse ou lors des salons thématiques, mais cette fois-ci, nous avons voulu faire les choses comme il se doit d'une manière scientifique en montant un dossier complet", nous déclare d'emblée Mohamed Tazi, DG de l'Association marocaine des industries

du textile et de l'habillement (Amith).

Des consultations sont en cours pour choisir le cabinet qui accompagnera l'Amith dans la réalisation de cette enquête sur le dumping.

"Selon le HCP, 200.000 emplois ont été perdus durant 4 ans dans tout l'écosystème textile. Il est temps d'agir, sachant qu'en règle générale, pour prouver qu'il y a pratiques déloyales, le processus est assez lent. Il peut aller jusqu'à deux ans", précise M.Tazi.

Le cabinet choisi aura la charge d'élaborer une étude détaillée, transmise par la suite au ministère du Commerce extérieur. L'objectif est de prouver la pertinence de la requête et d'obtenir des mesures de défense commerciale.

"L'idée est de mettre en exergue les produits ayant fait l'objet d'une explosion d'importations provoquant un grand préjudice", confie M.Tazi.

Des produits qui font certes l'objet de dumping mais dont les conséquences ne sont pas significatives sur le secteur, ne seront donc pas inclus dans l'étude.

16 mars 2017

TEXTILE : BONNES PERSPECTIVES À L'EXPORT POUR 2017



Les industriels satisfaits des commandes du 1er semestre. Bonnes performances sur les marchés anglais, allemand et espagnol. Sur le marché local, les industriels continuent de souffrir de la contrebande et des importations massives de produits low-cost.

L'année 2016 s'est achevée en apothéose pour le textile marocain. Selon l'Association marocaine de l'industrie du textile et de l'habillement (Amith), les exportations ont rapporté en valeur 32,4 milliards de DH, en progression de 7% par rapport à 2015. Selon Mohamed Tazi, directeur général de l'association, ces performances ont été portées par les marchés espagnol et allemand qui ont connu des évolutions intéressantes respectivement de 23% et 6%. N'eût été une baisse de 38% de la demande américaine, l'année aurait été meilleure. A présent, l'année 2017 démarre sur de bonnes bases. Selon Karim Tazi, président de l'Amith, les performances du mois de janvier sont déjà satisfaisantes. «*L'industrie se maintient dans la confection. Dans la filière maille, on enregistre déjà une hausse d'environ 4% par rapport à la même période de l'année dernière*», déclare-t-il. Les statistiques de l'Office des changes sont un peu moins optimistes : en janvier, les exportations des articles de bonneterie se sont appréciées de 3,2% et celles de vêtements confectionnés ont accusé une légère baisse de 0,7% en comparaison avec ceux de la même période en 2016. Pas de quoi inquiéter les industriels qui semblent satisfaits des commandes du 1^{er} semestre. «*Certes, cela fait quelques années que la visibilité est réduite, mais on constate un regain d'intérêt pour le Maroc*», déclare un patron de PME à Casablanca.

Les donneurs d'ordre reviennent

Alae Eddine Bahraoui, PDG de Marcottes, entité spécialisée dans le marché anglais basée à Rabat, s'attend, pour sa part, à de bons résultats au premier semestre 2017. *«Et pour cause, les donneurs d'ordre britanniques ont réalisé de bonnes performances commerciales lors des dernières soldes. Ils veulent sans doute perpétuer les bons résultats pendant les prochaines grandes promotions»*, assure cet industriel qui dit travailler sur les collections de l'été prochain. Le Maroc, qui bénéficie de la stabilité politique et de la proximité avec l'Europe, profite de la baisse du marché chinois due à son renchérissement.

Par contre, les industriels orientés sur le marché local ne sont pas de la fête. Ils continuent de souffrir des mêmes maux, en particulier les importations massives et (ou) illégales. *«Il s'y ajoute les délais de paiement très longs ou, pire, l'absence de règlement notamment dans la filière de teinture»*, se plaint le DG d'une entreprise de textile intégrée spécialisée dans le marché local. Produisant pour sa propre marque de sous-vêtements pour hommes, l'entreprise a commencé depuis un mois à livrer aux magasins des sous-vêtements, pyjamas et quelques articles de bonneterie dédiés aux femmes. *«Nous avons réalisé une progression de 6% en 2016 par rapport à 2015»*, déclare le DG de l'entreprise. Un cas parmi d'autres qui prouve que le marché domestique est tout de même lucratif et peut l'être encore plus s'il est mieux organisé et protégé contre les importations frauduleuses.

Brexit: Le Maroc est bien concerné

Par [Abdelaziz GHOUIBI](#) | Edition N°:4981 Le 15/03/2017 | Partager

Risque de renchérissement des produits marocains

Nécessité d'anticiper via la conclusion d'un accord de libre-échange

C'est parti pour le Brexit. Le Parlement et la Chambre des lords viennent de donner leur feu vert pour le lancement des négociations. Quel effet sur le Maroc pour qui le marché britannique a pris de l'importance ces dernières années? Les statistiques du commerce extérieur en font le 7^e client et le 15^e fournisseur. Certes, le Royaume-Uni n'est pas un partenaire commercial et économique de la taille de la France, de l'Espagne ou encore de l'Italie, mais cela n'exclut pas de risque indirect qu'il va falloir prendre en considération.

Sur les dernières années, ce marché a été au centre d'intérêt de plusieurs secteurs, notamment le textile, l'agro-alimentaire et l'automobile. A tel point que le montant des échanges a enregistré une progression soutenue. Avec un équilibre, voire parfois un excédent en faveur du Maroc (voir encadré ci-contre). Aussi est-il d'urgence de lancer dès à présent des négociations avec Londres sur un accord de libre-échange.

Si la croissance marocaine n'est pas dépendante directement de celle de la Grande-Bretagne, elle demeure étroitement liée à celle du marché européen. Or, le climat d'incertitude créé par cette sortie risque de retarder la reprise de la croissance européenne déjà assez molle. L'incertitude conduit, en effet, à l'attentisme, décourageant ainsi la consommation des ménages et l'investissement des entreprises. Cela ne manquera pas d'impacter de manière négative notre croissance via le PIB non agricole qui dépend de la demande européenne: 60% des exportations. «D'autant plus que nos principaux

partenaires, la France et l'Espagne, se débattent encore dans la morosité économique», relèvent de nombreux analystes.

Par ailleurs, de par son statut avancé avec l'UE, l'économie marocaine reste très arrimée à l'économie européenne, via une multitude d'accords commerciaux et de libre-échange. À moyen terme, et dans la perspective d'un effet domino poussant d'autres pays européens à résilier leur adhésion, cela risquera de compromettre l'intégration du Maroc à l'Europe. Surtout que les négociations de l'accord de libre-échange complet et approfondi entre le Maroc et l'UE peinent à démarrer. Ce risque politique à relents économiques est à prendre au sérieux. Puisque d'ici 2018, il y aurait 5 échéances électorales dans 5 des principales économies européennes.

Ceci, dans un contexte de remontée de l'euroscepticisme et de populisme. Sans oublier aussi le fait que la Grande-Bretagne s'érige en grand contributeur puisqu'elle assure 14% du budget de l'UE. Sa sortie va provoquer une révision à la baisse des aides destinées aux pays tiers dont le Maroc qui fait figure de premier bénéficiaire de la rive sud de la Méditerranée. Pour le moment, la perspective reste lointaine puisque les dons de la période 2014-2020 sont déjà arrêtés. Mais il est clair que le volume sera moins important après 2020. Ce qui exige dès à présent une réactivité de la part des gouvernants. Car, à moyen et long terme, les effets indirects du Brexit risquent d'être lourds à gérer.

Textile, la moitié de l'export

Le textile et l'habillement représentent l'essentiel des échanges entre le Maroc et le Royaume-Uni: 50% de l'export. Environ 30.000 Marocains sont employés dans cette industrie, à travers 150 usines. Le Maroc importe essentiellement des produits de confection et des accessoires pour vêtements (fils pour textile, tissus, articles de confection), des équipements de télécommunication et d'enregistrement de son, des machines spécialisées et des voitures de tourisme. A l'export, figurent les vêtements, les fruits et légumes, les engrais et les conserves de poissons.

Autres impacts...

■ Impacts juridiques sur les contrats commerciaux

Le Brexit pourrait être une opportunité pour renforcer les liens économiques maroco-britanniques. Jusqu'à la sortie définitive du Royaume-Uni de l'UE, les

avantages fiscaux et tarifaires prévus par les dispositions douanières de l'accord d'association entre le Maroc et l'UE continueront de s'appliquer. Une fois la sortie négociée et actée, rien n'exclut la signature d'un nouveau traité bilatéral sur la question douanière. Cela signifie aussi des impacts juridiques sur les contrats commerciaux au Maroc (<http://www.britcham.ma> et notre édition N°4818 du 21/07/2016).

■ L'économie fait de la résistance



Alors que les scénarios les plus pessimistes prévoyaient un choc pour l'économie britannique dans la foulée du référendum du 23 juin ayant décidé le Brexit, celle-ci a fait preuve de résilience (une croissance de 2% en 2016 et un chômage stable à 4,8% fin décembre). Les prévisions pour cette année confirment le même taux (2%). Mais l'incertitude reste de mise pour l'avenir alors que certains indicateurs comme la consommation ou la production industrielle commencent à fléchir.

■ Le Commonwealth veut tirer partie

Les 52 pays membres de l'organisation veulent tirer profit de la future sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne pour relancer le commerce entre eux. Ils voient dans le Brexit une opportunité de renforcer leurs liens, aidés par une langue commune et des systèmes législatifs proches. La Première ministre britannique a insisté sur la construction d'un Royaume-Uni «ouvert sur le monde» qui signera ses propres accords commerciaux avec les Etats-Unis, les puissances asiatiques et les pays du Commonwealth. Les échanges

économiques entre les pays membres de l'organisation représentent quelque 684 milliards d'euros, soit 15% du commerce mondial. Même si le Commonwealth, qui regroupe un quart des pays du globe, pèse pour près d'un tiers de la population mondiale.

Textile: Le made in Maroc en perte de compétitivité!

Par | Edition N°:4966 Le 22/02/2017 |

Portugal, Turquie, Chine... La filière peine face aux importations massives
Six écosystèmes pour renforcer les filières

Malgré une méforme sur le marché local, le secteur du textile bénéficie d'une conjoncture favorable à l'export. En 2016, les exportations ont grimpé de 6%, avec un volume à l'export de l'ordre de 32 à 33 milliards de DH. «C'est une performance que nous attendions», soutient un dirigeant de l'Association marocaine des industries du textile et de l'habillement (Amith). Avec ses performances à l'export, le Maroc affiche la deuxième meilleure croissance en termes d'exportations vers l'Europe, après le Vietnam.

L'embellie est due à une conjugaison de facteurs tels que le renchérissement des coûts de production en Asie. La compétitivité du textile marocain s'explique aussi par la stabilité du pays. Les principaux concurrents dans la région (la Turquie, la Tunisie, l'Égypte...) ne jouissent pas des mêmes atouts. S'y ajoutent les effets du plan d'accélération industrielle et d'autres mesures, «qui encouragent les opérateurs économiques à investir à nouveau dans le secteur», rappellent des opérateurs. Le Maroc s'est aussi spécialisé dans le fast-fashion (la mode rapide, avec une réactivité et une capacité à proposer de nouveaux modèles).

Sur ce segment, les textiliens marocains rencontrent une rude concurrence livrée par leurs homologues portugais, espagnols, turcs ou encore français, qui détiennent plus d'expertise.

Moins optimiste sur le marché local, la profession déchantée malgré un marché local estimé à plus de 40 milliards de DH (chiffres de 2010). Exposé aux importations massives en provenance de la Turquie (qui subventionne à tour de bras ses exportateurs), le made in Maroc est en perte de vitesse sur son propre

marché. Le secteur souffre aussi de la contrebande et de la contrefaçon de grandes marques.

S'y ajoute le développement massif d'enseignes low-cost, qui se fait «au détriment de dizaines de milliers d'emplois», dénonce l'Amith. Afin de se diversifier et aller au-delà de la confection, l'Amith a mis en place 6 écosystèmes. «Chaque segment où il y avait un savoir-faire et un potentiel marché local et à l'export a été constitué en écosystème afin d'y développer à la fois l'investissement, l'innovation, la technique et sa maîtrise», précise-t-on auprès de l'association professionnelle. L'initiative consiste à renforcer la promotion, le marché local et l'accès aux intrants des différents écosystèmes. L'enjeu est de créer plus de 100.000 emplois à l'horizon 2020. Le nombre de grandes entreprises et PME qui ont bénéficié des programmes de croissance avoisine la soixantaine.

Le linge de maison

Un peu étroite, la filière locale du textile de maison est amenée à mettre en exergue tous ses atouts pour affronter une concurrence acerbe, notamment le made in China en vue de conquérir de nouveaux marchés. Dotée d'un outil de production performant, elle emploie un effectif de plus de 34.000 salariés et dégage un chiffre d'affaires de plus de 10 milliards de DH. Le secteur contribue à près de 7% de la valeur ajoutée industrielle et environ 5% de la production industrielle. La filière regroupe les couvertures & les tapis, le tissu d'ameublement & la tapisserie, le tissu-éponge, les broderies, les textures, la filature, la teinture.

H&M factory in Myanmar damaged in labour dispute

PUBLISHED

MAR 9, 2017, 5:00 AM SGT

YANGON• Workers demanding better conditions and benefits have destroyed the production line of a Chinese-owned factory making clothes for Swedish fashion retailer Hennes & Mauritz (H&M) in one of the most violent labour disputes in Myanmar in years.

The month-old dispute, which also saw managers attacked, highlights the need for Ms Aung San Suu Kyi's government to enact social and labour reforms, analysts say, while at the same time reassuring investors looking to tap the opening of one of the world's fastest-growing economies after decades of isolation.

Production at Hangzhou Hundred-Tex Garment (Myanmar) Company, which was one of H&M's 40 suppliers in Myanmar, has been halted since Feb 9, workers and managers in the Chinese company said.

"H&M group is deeply concerned about the recent conflict and our business relationship with this factory is on hold at the moment," the Swedish-based company said in a statement.

It declined to elaborate on the impact on its global supply chain.

"We are monitoring the situation closely and are in close dialogue with concerned parties. We strongly distance ourselves from all kinds of violence."

Labour activists say the protest in the commercial hub Yangon - in which equipment, buildings and vehicles were damaged - shows the lack of protection for workers in the labour-intensive textile industry.

The dispute started with a strike in late January following the sacking of a local labour union leader, according to workers and managers. Workers demanded a better performance review system and healthcare coverage.

It turned violent on Feb 9, prompting the factory's closure. Video footage seen by Reuters shows dozens of female workers surrounding and beating a Chinese manager who was struggling to escape. One company manager and a local labour department official confirmed the authenticity of the footage.

Late last month, hundreds of workers stormed the factory and damaged facilities, including textile machinery, computers and surveillance cameras.

"The tension between workers and management was getting bigger day by day," said the company's former union leader That Paing Oo, who was fired in January for taking leave without approval.

He had led a labour protest late last year that successfully pushed Hangzhou Hundred-Text Garment to compensate employees who did not receive overtime pay, several workers said.

The company confirmed that it had paid a delayed overtime payment of 70 million kyat (S\$72,675) to almost all of its 570 workers based on a settlement reached with the workers in December.

The Chinese embassy in Myanmar described the incident as an "attack" and has filed a "serious request" to the Myanmar government to hold those involved accountable.

No one was arrested in the violence late last month, the police said. Workers' representatives are still negotiating with management over conditions once the factory is able to re-open.

The Chinese company makes garments such as skirts and shirts exclusively for H&M, its assistant manager, Mr San Htwe, told Reuters.

He said the damage would cost about US\$75,000 (S\$105,718) and the company was planning to demand compensation from Myanmar's Labour Department.

The conflict is troublesome for H&M, which is widely seen as being at the forefront among large apparel companies in promoting workers' rights and fair wages.

The company has called on governments in sourcing countries such as Cambodia and Bangladesh to ensure fair pay for workers. It has said it cannot unilaterally require individual suppliers to raise wages as it generally shares them with other brands, although according to the owner, that is not the case with the factory in this dispute.

H&M, which sources the bulk of its clothes in low-cost Asian countries such as Bangladesh, Cambodia and Myanmar, generally ranks high in sustainability indexes such as Corporate Knights magazine's Global 100 index, where it ranked 20th last year, lagging behind only Adidas in its sector.

Myanmar's fast-growing textile industry, which employs more than 300,000 workers, has become attractive to global apparel brands such as H&M and US retailer Gap Inc following the easing of economic sanctions by the United States and European Union.

A minimum monthly wage of about US\$63, based on a six-day work week, gives Myanmar a competitive advantage over neighbouring garment-producing hubs such as Vietnam and Cambodia, where the monthly minimum wage ranges from US\$90 to US\$145, according to the International Labour Organization.

But labour activists and industry analysts say Ms Suu Kyi's government, in office for almost a year, has to do more to ensure safety for workers as well as investment stability for employers in a country where strikes and protests are not uncommon.

REUTERS

Wednesday, March 22, 2017

Germany will help Pakistan boost bilateral trade

FAISALABAD - German Ambassador Ina Lepel has said that Germany being a major trade partner of Pakistan in the European market will continue to extend its diplomatic and political support to help explore more avenues for bilateral business.

Addressing a meeting at the Pakistan Textile Exporters Association here on Tuesday, she said that Germany was one of the important trade partners of Pakistan and several German companies were working in different trade fields in Pakistan. Both countries have potential to increase the trade volume and “we must carve out ways and means to exploit the available potential”. She termed GSP plus a key driver for promoting bilateral trade and said that with duty free access to EU, Pak-German trade volume had reached 2.24 billion dollar last year with positive growth of 16%. In the first half of current fiscal year, growth in bilateral trade has been witnessed at 6%.

Ina Lepel said that Germany was looking at ways to help Pakistani business community to fully avail the opportunity. However, she cautioned that GSP plus preferences should not be taken for granted as Pakistan had to ensure compliance with 27 international conventions. In order to further strengthen business institutions, Pakistan-German Chamber of Commerce and Industry has been established, which would further improve bilateral trade and economic relations, she said. Germany was currently focusing on renewable energy and energy efficiency in Pakistan including consultancy for individual enterprises on energy conservation in their production processes. GIZ is working in different sectors of economy to enhance the productivity and the working conditions to further improve the quality and quantity of exportable surplus from Pakistan, she said.



SATURDAY, 11 MARCH 2017 11:15

LANKA TO DO VALUE-ADDED EXPORTS

Sri Lanka is moving toward exports of value added products. So processes in the industry are becoming more machine-operated and adopting advanced technologies and machineries. Labor will be trimmed down by 20 per cent. Production may be outsourced to countries such as Bangladesh, Vietnam or Ethiopia while value creation and addition will be done domestically.

So the country is moving towards becoming a sourcing hub with regard to the apparel export industry and in the process reducing the export of non-value added or low-value added garment products while introducing increased industrial technological modernization. Sri Lanka is in no position to depend on the apparel exports industry as countries like Bangladesh which have cheaper labor are more competitive in the apparel export sector and market.

But though Sri Lanka is unable to be price-competitive and is also held back by way of the constant and acute shortage of labor, it could on the other hand capitalize on being internationally recognized in terms of quality and delivery. Quality can be developed by way of moving towards more and more value added products while cheap garments can be absorbed into the domestic market. Sri Lanka is the largest source for Victoria's Secret lingerie and women's wear.

Cheaper to make clothes in Taiwan than China now: Designer

More expensive to outsource clothing production to China, says Taiwanese designer Charin Yeh (葉珈伶).

By [Judy Lin](#), Taiwan News, Staff Writer
2017/03/10 13:46

Taipei (Taiwan News)— Taiwanese designers used to outsource the majority of their clothing production to China, but gone are the days of cheap manufacturing across the strait, fashion designer Charin Yeh (葉珈伶) told a [UDN](#) reporter.

"Made in China" clothing used to be associated with cheap, substandard quality clothing, but this is no longer the case, said the Taiwanese designer Yeh at her brand's recent Spring/Summer 2017 fashion show.

"Costs to outsource production to China are now far more expensive than in Taiwan," said Yeh, who is also the owner of designer brand CHARINYEYH.

Rising labor costs in China, and shipment fees considerably increased clothing manufacturing costs for the Taiwanese designer, who used to outsource 60 percent of her brand's production to China.

"Processing fees charged by Original Equipment Manufacturers in China's textile industry steadily increased over the years, if a piece of clothing costs NT\$300 (US\$9.65) to make in Taiwan, it might cost nearly NT\$500 to outsource in China!" said Yeh.

Surging manufacturing costs in China have driven many Taiwanese textile companies to relocate their factories from China to Vietnam or Cambodia.

In recent years, Yeh moved back production to Taiwan, where it is easier for her to control product quality, improve mobility, and streamline her design concept with clothing production.

Nearly 70 percent of the fashion designer's clothing is made in Taiwan these days because costs can be substantially lowered, especially after deducting shipping costs.

Her clothing franchise currently has 20 retail shops in Taiwan, and employs about 30 people.

Yeh redirected her company's marketing focus to Taiwan, abandoning previous thoughts of launching the brand in China, due to the competitive fashion industry market there, and surging costs to manage retail shops and employees.

Belhassen Gherab : “La séparation de la FENATEX de l’UTICA traduit son malaise au sein du patronat”

14 mars 2017



“La décision prise par la Fédération nationale du Textile (FENATEX), le 11 mars courant, de se séparer de l’UTICA, traduit son malaise profond au sein de l’organisation patronale, en raison d’une quasi insouciance de cette dernière, devant les difficultés

que rencontrent les industriels du secteur textile. Ces derniers sont doublement marginalisés, d’un côté par le gouvernement, à cause notamment, des changements successifs des équipes gouvernementales et de l’autre par le patronat qui est loin d’assumer son rôle de défense des intérêts de ses affiliés”, a affirmé, lundi 13 mars, Belhassen Gherab, président démissionnaire de la FENATEX, dans une déclaration à l’agence TAP.

Et d’ajouter “le malaise de la fédération s’est accentué avec l’accord conclu entre l’UGTT et l’UTICA, le 10 mars 2017, concernant l’augmentation des salaires dans le secteur privé de 6%, qui a été signé sans la moindre concertation avec FENATEX, alors qu’elle représente l’un des secteurs stratégiques pour le pays ”.

Gherab a en outre, rappelé, que “suite à cet accord, les membres du bureau exécutif de la FENATEX, les présidents des chambres syndicales industrielles

nationales et régionales, et les principaux acteurs économiques du secteur, ont tenu samedi, une réunion extraordinaire, suite à laquelle la décision de scission a été prise à l'unanimité".

"La FENATEX a également, affirmé, suite à cette réunion, que l'accord en question, jugé injustifié et exorbitant n'engage en rien les industriels du secteur, qui ne sont pas en mesure de l'appliquer, au vu de gravité de son impact financier", a-t-il poursuivi, ajoutant que pour donner plus de légitimité à ce mouvement de protestation, l'ancien bureau exécutif de la fédération a présenté sa démission, se contentant à l'heure actuelle de gérer les dossiers courants, et qu'un comité provisoire composé d'une quinzaine de chefs d'entreprises, a été mis en place pour décider de l'avenir de la fédération.

"J'espère que cet électrochoc va éveiller l'UTICA et la pousser à se remettre en question, pour pouvoir renouer avec le rôle qui doit être le sien, dans la défense des intérêts du pays et de l'industrie tunisienne".

Le président démissionnaire de la FENATEX, a également, souligné que la porte du dialogue reste ouverte avec l'organisation patronale qui doit "revoir ses modes de gestion, pour retrouver sa crédibilité perdue auprès de la majorité des secteurs de l'industrie tunisienne".

Gherab a en outre, estimé que "le rejet de l'accord signé avec l'UGTT ne traduit en rien un désaccord avec la centrale syndicale, ni un rejet du principe des augmentations salariales, mais c'est la survie des entreprises qui est en jeu, lesquelles entreprises sont aujourd'hui loin de pouvoir assumer une telle augmentation".

Interrogé au sujet de la situation du secteur, Gherab, a fait savoir que " les difficultés remontent à bien avant la révolution, s'agissant du marché local, puisque qu'aucune solution n'a été apportée au fléau du marché parallèle. Après la révolution, la situation s'est aggravée avec l'entrée sur le marché local de certains produits étrangers sans droits de douane, l'ampleur prise par le marché parallèle, la défaillance de la formation, la rareté de la matière première, la porte ouverte aux franchises ... ".

“Chaque boutique qui ouvre ses portes à la Soukra, sur 500 m2, c’est une usine-textile de 200 à 300 ouvriers qui ferme les siennes”, a-t-il soutenu, ajoutant “qu’en faisant ses achats, le tunisien a aujourd’hui 95% de chances de tomber sur des produits chinois, turcs, bangladais ou autres”...

S’agissant de l’export, Gherab a surtout, soulevé les problèmes de sécurité, des tensions sociales, de l’inflation, de la flambée des prix des matières premières, des augmentations successives des salaires, mais aussi, de la chute de la productivité et du laisser-aller de l’administration après la révolution qui ont fortement compromis la compétitivité du textile tunisien sur le marché international.

Gherab a par ailleurs, souligné l’exacerbation de la concurrence à l’échelle internationale, “ alors que les marocains, les turcs, les européens de l’est cherchent à renforcer leurs industries du textile pour conquérir de nouveaux marchés, nous ne faisons que perdre en efficacité. L’écart ne cesse de se creuser, dans un climat d’insouciance généralisée ”.

Et de regretter “depuis deux ans, nous essayons en vain, de convaincre les autorités de tenir un CMR pour débattre des difficultés du secteur. Nous leur avons même transmis tout un programme de ce qui doit être entrepris pour sauver le secteur, et nous attendons toujours que la priorité soit donnée à ce secteur qui emploie près de 200 mille employés d’une manière directe et de 100 mille d’une manière indirecte”.

Et de conclure “laisser périr un secteur aussi stratégique revient à courir le risque de laisser couler l’industrie tunisienne, à menacer les intérêts du pays et à l’enfoncer davantage dans l’endettement qui finira par devenir insupportable. Par cette décision, nous espérons que les consciences s’éveillent car les enjeux et les défis sont énormes”.



Tunisie : Secousse tellurique au patronat, qui se fissure

par [Khaled Boumiza](#) - 20/03/2017 16:34



Siège du patronat, au-dessus duquel le ciel n'est plus aussi clair et où d'autres oiseaux gazouillent

Le 12 mars, c'est un mini-tremblement de terre qui secoue les couloirs du siège du patronat à la Cité El Khadhra. Non d'accord sur les dernières majorations salariales de 6 %, signée par la patronne des patrons Wided Bouchammaoui, les membres du bureau de la Fenatex (Fédération nationale du textile) et les présidents de ses chambres syndicales industrielles nationales et régionales ont refusé l'accord de la majoration des salaires conclu entre l'UTICA et l'UGTT «*qui ne pourra que se répercuter négativement sur la pérennité des entreprises du secteur*» et prennent la décision inattendue de quitter l'UTICA, pour manifestement faire patronat à part. Suit, comme une réplique, la fédération Cuir et chaussure qui, sans aller jusqu'à la rupture, n'en exprime pas moins son refus de l'augmentation salariale de 6 %.

Pour ceux qui ne connaissent pas le patronat tunisien, la Fenatex est la structure patronale dont avaient toujours été issus les grands noms du patronat. Des noms, comme Hédi Djilani, Ahmed Sallami, Feu Mohsen Ben Abdallah comme Feu Mohamed Ali Darghouth. Même l'actuelle présidente, Wided Bouchammaoui, avait débarqué chez le patronat au début des années 2000 au nom du secteur du textile qu'elle avait par la suite quitté.

Il est impossible d'en connaître le poids en nombre d'adhérents, car l'Utica ne vit pas des adhésions de ses membres, mais le textile, comme le souligne une étude de l'agence de promotion de l'industrie en 2014, «est considéré stratégique pour l'économie nationale. Il est le principal secteur de l'industrie manufacturière en termes d'exportation, d'emploi et de valeur ajoutée. En fait, le secteur compte 1 852 entreprises employant 10 personnes et plus et emploie plus de 179 000 personnes, soit 34% de l'ensemble des emplois des industries manufacturières. Parmi les 1 852 unités du secteur, 1 548 entreprises produisent totalement pour l'exportation, soit 84% du secteur et 70% du total des entreprises exportatrices installées en Tunisie. 820 entreprises sont en partenariat, dont 551 unités sont à capitaux 100% étrangers. Durant la période 2008-2012, la production du secteur est passée de 6 189 MDT à 6 336.7 MDT, enregistrant une évolution annuelle moyenne de 1%. La valeur ajoutée du secteur représente 29% de la valeur de la production et 19% de la valeur ajoutée des industries manufacturières. Les exportations du secteur ont régressé de 5.183 MDT en 2008 à 4.916 MDT en 2012. L'industrie du textile et de l'habillement est le secteur où le partenariat euro- méditerranéen est le plus développé. Parmi les 1 548 unités totalement exportatrices du secteur, 820 sont en partenariat avec des entreprises principalement européennes. La France occupe la 1ère position avec 299 unités, suivie de l'Italie avec 227 unités. Viennent ensuite la Belgique et l'Allemagne avec respectivement 99 et 77 unités».

Le textile qui représente 32 % du tissu industriel tunisien et 34 % de ses emplois, est aussi et surtout désormais, un secteur tout aussi catastrophé que le tourisme. En août dernier, Habib Hzami, secrétaire général de la Fédération générale du textile, habillement et cuir et chaussures, au sein de l'UGTT, résumait ainsi pour l'agence TAP les difficultés du secteur. «La crise du secteur du textile est essentiellement due à l'inondation du marché par les produits importés et de contrebande, vendus dans les magasins, les grandes surfaces mais aussi à la prolifération du commerce parallèle. La production locale ne représente aujourd'hui que 20% de la marchandise exposée sur le marché local», disait-il.

On connaissait, depuis plusieurs mois, l'existence de «fissures» dans les murs de Nida, le parti qui avait remporté les élections de 2014 et qui n'est plus sûr de remporter celles qui suivront. On avait découvert, récemment, de semblables fissures au sein de l'autre parti qui avait été sorti du pouvoir par les urnes. On l'attendait par devant, il est prévu qu'il revienne par derrière les municipales. La même césarienne qui avait enfanté les deux partis politiques qui gouvernent sans régner, avait aussi donné naissance au pluralisme syndical, patronal et ouvrier.

Les concurrents de l'UGTT sont la CGTT de Habib Guiza et l'UTT d'Ismaïl Sahbani. Le concurrent de l'UTICA est la Conect de Tarak Chérif. Les trois concurrents ont une

existence légale, mais n'ont jamais été officiellement reconnus par le pouvoir en place qui ne les reconnaît toujours pas comme partenaires sociaux et économiques.

Bien avant cela, le syndicalisme patronal était parti avec le grand handicap de la division depuis le début des années 60 avec la création de la FTH (Fédération de l'hôtellerie). La FTAV, syndicat patronal des agences de voyage, le suivra plus tard. Malgré ses efforts, Hédi Djilani n'arrivera pas à les fédérer à l'UTICA, malgré le siège d'observateur à son bureau exécutif.

De deux choses, l'une. Où c'est l'Utica qui n'est pas consciente de la crise de ses adhérents et de leur poids dans l'économie, ou c'est l'UGTT qui, consciente, enfonce tout de même le clou dans le cercueil du patronat. Ce qui est sûr, c'est que l'Utica n'a pas su négocier. Comme à son habitude, le patronat s'est en effet montré beaucoup trop socialement frileux que les syndicats, et n'a jamais su hausser le ton et monter la voix pour faire prévaloir celle de la raison économique. Mais c'est cela aussi l'UTICA.

La décision de la Fenatex de quitter le navire serait encore en discussion et ne semble pas encore inquiéter outre mesure le Bureau Exécutif de l'Utica qui ne s'est toujours pas réuni pour en discuter. Il s'en inquiète peut-être, mais ne le montre toujours pas. Et si elle revenait au bercail, il n'est pas encore sûr qu'elle accepte l'augmentation salariale de 6 %. Il n'en demeure pas moins vrai que la Fenatex, qui aurait par ailleurs reçu l'appui de la Conect Textile de Samir Ben Abdallah, risquerait d'asséner un sérieux coup à l'unité patronale, une unité, au demeurant, qui n'a jamais rimé avec solidarité !

22 mars 2017

Industrie du textile et de l'habillement

Néjib Karafi, expert : « Des mesures exceptionnelles s'imposent »



Avec le recul du positionnement de la Tunisie en tant que fournisseur en habillement de l'Union européenne, de la 5e place en 2005 à la 9e en 2016, l'enjeu est de taille pour les entreprises tunisiennes du secteur Textile et Habillement pour se repositionner sur leur marché classique. Mais aussi de saisir l'opportunité pour s'attaquer à de nouveaux marchés, à l'instar du marché américain. Un marché prometteur, selon l'expert Néjib Karafi, indiquant que les autorités tunisiennes doivent aussi soutenir davantage le secteur et prendre des mesures exceptionnelles pour permettre sa relance. Entretien

Les professionnels blâment l'absence d'une stratégie gouvernementale pour soutenir le secteur Textile et Habillement. D'autant plus que la majoration salariale dans le secteur privé a été le catalyseur d'un mécontentement général auprès des opérateurs. Comment évaluez-vous l'approche gouvernementale à ce niveau ?

L'intérêt gouvernemental envers le secteur a certes diminué, ces dernières années. Et avec toutes les difficultés que connaît l'industrie tunisienne, et essentiellement le Textile et Habillement tunisien, l'accord sur la majoration salariale a constitué la goutte qui a fait déborder le vase et est à l'origine de la crise actuelle.

Cette majoration est à effet rétroactif pour les entreprises qui ont déjà reçu leurs commandes et ont vendu leur production sur la base d'un prix initial. Elles voient actuellement leurs marges de bénéfice diminuer. Le gouvernement doit prendre des mesures. Le secteur est considéré comme une vache à lait pour les impôts alors qu'il a besoin de soutien.

Il faut savoir que les commandes dans le secteur se font au minimum six mois à l'avance. La capacité de production pour l'hiver 2018 a été déjà vendue pour la majorité des entreprises. Ce qui crée une situation difficile pour elles. D'autant plus que pour la confection, il s'agit d'une branche intensive en main-d'œuvre, où la structure du prix est composée entre 70% à 80% par les charges salariales.

Mais cette majoration n'est pas la seule cause de cette crise. Le secteur connaît des difficultés depuis des années. En 2012, un Conseil ministériel restreint devait se réunir, pour être reporté pour 2015. Nous sommes aujourd'hui en 2017 et ce CMR ne s'est pas encore tenu.

Je dis que, malheureusement, le secteur ne jouit plus de l'intérêt qu'il avait auparavant. Il était privilégié sur tous les plans, notamment la promotion à l'étranger. Depuis deux ou trois années, nous n'avons pas organisé de salon pour le secteur en Tunisie. Comment pouvons-nous présenter notre offre et faire venir les donneurs d'ordre ? Le salon Texmed était une composante essentielle pour la promotion du secteur. De même pour les salons à l'étranger, la participation est faible en qualité et en nombre, vu un manque d'itinérants et de budgets également. A titre de rappel, la Tunisie était le seul pays du sud de la Méditerranée à organiser des salons itinéraires dans les grandes capitales européennes.

D'un autre côté, la nouvelle taxe de 7,5%, imposée aux entreprises exportatrices et off shore doit être revue. Elle affaiblit considérablement leur confiance en notre site et les incite à chercher ailleurs. La compétitivité du site est en jeu. Il faut également lutter contre l'importation sauvage des marchandises, contre la sous-tarifcation. Il faut renforcer le contrôle des importations. Pour les franchises, pourquoi pas imposer qu'une partie de la production se fasse localement.

Le marché de l'Union européenne reste le marché de prédilection pour le secteur. Comment pourrait-ont, selon vous, rattraper le recul et se repositionner sur ce marché ?

Je vous donne un simple exemple. Un opérateur tunisien qui importe son tissu d'Inde, du Pakistan et du Bangladesh doit payer 12% de taxes pour le vendre en Europe. Ce même tissu qui entre directement de ces mêmes pays en Union Européenne ne paye aucune taxe. Il s'agit d'une contradiction et cela pèse énormément sur les entreprises tunisiennes, qui sont soumises à la règle de la double transformation pour pouvoir être exonérées des droits de douane en Europe.

Pour cela, je dis qu'il faut prendre des mesures exceptionnelles. Les confectionneurs tunisiens ont besoin dans l'immédiat d'une dérogation européenne pour la simple transformation. Il faut revoir l'accord sur les règles d'origine. Cela est un grand souci des exportateurs.

Pour les importateurs, ils peuvent voir la question d'une autre manière et poussent vers l'intégration du secteur afin d'avoir tout le processus intégré sur place. A terme, nous avons besoin des industries de l'amont (filature, tissage, finissage) en Tunisie, mais actuellement il faut penser à l'urgence de la situation et veiller à ne pas perdre nos marchés traditionnels. Les intérêts des uns et des autres semblent contradictoires, mais à la fin ils sont complémentaires pour le bien du secteur et sa montée en gamme. D'ailleurs, si nos conditions d'accès sur le marché américain s'améliorent, nous aurons besoin d'une offre globale, d'où la nécessité d'aller vers l'intégration du secteur afin de mieux saisir les opportunités qu'il présente.

Quelles sont les actions qui ont été faites pour attaquer le marché américain et quel impact sur le développement du secteur Textile et Habillement tunisien ?

Une étude que nous avons réalisée a montré que nous pourrions facilement couvrir 3% du marché américain dans les trois ans à venir, si les droits de douane –estimés à 17%- sont enlevés. Cela représente entre 25 millions et 30 millions jeans produits par an, soit environ 25 à 30 mille nouveaux emplois directs en Tunisie. Cela représentera environ 2 points de croissance que nous pouvons créer. C'est un marché très important et qui présente d'importants débouchés. Pour cela, un groupe de professionnels du secteur se sont réunis pour approcher le marché américain. Ainsi, "Apparel Group" est né, un groupe bénévole, constitué de six entreprises spécialisées dans le denim, représentant 40% des exportateurs dans cette branche. Mais pour parvenir à approcher ce marché, il faut booster les actions officielles du gouvernement par des actions privées de lobbying. Nous

avons, ainsi, sélectionné un cabinet de lobbying américain, suite à une consultation. Nous avons démarré en juin 2016 et notre cause est en train de se connaître auprès des décideurs

D'ailleurs, je précise que nous travaillons en étroite collaboration avec les départements ministériels concernés, le ministère de l'Industrie et du Commerce, le ministère de l'Investissement et du Développement, la présidence du gouvernement, notre ambassadeur aux Etats-Unis, ainsi que l'Américain Chamber of Commerce "AmCham" et aussi l'association très dynamique des cadres tunisiens installés aux Etats Unis "Tunisian American Young Professionnals" (TAYP).

En fait, nous avons voulu capitaliser sur l'effet de sympathie envers la Tunisie. Il faut préciser aussi que les 30 mille emplois qui seraient créés profiteront aux régions intérieures, puisque la région du littoral, où il y a une concentration des entreprises textiles, manque considérablement de main-d'œuvre. Ceci permettra de créer de l'emploi et de lutter aussi contre la radicalisation et contre le terrorisme. C'est un discours que nous véhiculons et il est bien convaincant auprès des Américains.

Je précise également qu'au début, l'intérêt a été porté seulement pour les exportateurs de jeans. Mais cette démarche a été modifiée par la suite pour l'élargir à l'ensemble du secteur, afin d'augmenter les chances de réussite de l'initiative. Et je pense que la grande réalisation de cette initiative est le travail collectif entre les opérateurs du secteur pour l'intérêt commun. Pour l'instant, le groupe reste bénévole et informel. Il pourrait évoluer vers un consortium ou un groupement. Mais il est prématuré de décider de son sort. Tout dépend de la réussite de l'initiative.

Auteur : Propos recueillis par Maha OUELHEZI
Ajouté le : 22-03-2017

Mercredi 22 Mars 2017

Industrie du textile et de l'habillement

Se repositionner

Par **Chokri GHARBI**

Le secteur du textile a connu plusieurs soubresauts depuis l'Indépendance, compte tenu des changements économiques opérés dans le monde. Si certaines entreprises de textile-habillement n'ont pas pu résister à la concurrence et ont disparu, d'autres sont nées dans certaines régions du pays. Cependant, le secteur connaît depuis quelque temps des difficultés pour se positionner aussi bien sur le marché national que sur le marché international, compte tenu d'une concurrence rude imposée par des entreprises asiatiques qui proposent leurs marchandises à un prix fort abordable.

Pour sortir de l'ornière, les industriels tunisiens doivent opter pour le haut de gamme en exploitant au mieux les niches et les opportunités offertes au niveau international. La Tunisie dispose de compétences bien formées dans le domaine du stylisme et du modélisme et de la conception assistée par ordinateur, compétences qui sont capables de faire des prouesses et d'apporter le plus nécessaire à l'entreprise. Encore faut-il que celle-ci améliore son taux d'encadrement en recrutant ces techniciens qui sont recherchés partout même par les grandes firmes internationales.

Un travail de fond attend les industriels tunisiens qui doivent être soutenus en permanence par les structures d'appui pour être présents dans les salons de textile et d'habillement internationaux pour prendre contact avec les représentants des circuits de distribution et des industriels. Le but est de conclure des accords de partenariat et de renforcer les échanges commerciaux dans ce secteur. Il s'agit aussi de prospecter de nouveaux marchés en Europe et en Afrique en proposant des articles haut de gamme en petite et moyenne série. Les commandes personnalisées et sur mesure pourraient également apporter plus de revenus à l'entreprise du textile, appelée à préserver ses équilibres financiers.

Une valeur ajoutée à renforcer par l'innovation



Les chefs d'entreprise peuvent exploiter l'avantage de proximité avec l'Union européenne et les pays africains pour proposer des articles haut de gamme en petites et moyennes séries et sur mesure. Plusieurs entreprises dans le secteur du textile et habillement passent par des difficultés structurelles dues à des facteurs conjugués. Certaines entreprises qui ont longtemps travaillé dans le cadre de la sous-traitance n'ont pas pu s'adapter à la situation actuelle pour passer au produit fini. Le climat social pas toujours paisible a participé également à envenimer la situation des entreprises aussi bien tunisiennes qu'étrangères totalement exportatrices. Les grèves et les arrêts fréquents du travail ont été à l'origine d'un manque à gagner important et une diminution de la compétitivité sur le marché international. De nos jours, seules les entreprises les plus performantes — en termes de coût de production, de qualité du produit et d'innovation — sont en mesure de bien se positionner sur un marché où la concurrence est des plus rudes.

L'Etat a, certes, fourni des encouragements aux entreprises exportatrices, en général, et celles du textile-habillement, en particulier. L'objectif est d'aider ces entreprises à renforcer leur présence dans les marchés traditionnels et d'en conquérir de nouveaux. C'est ainsi que les entreprises sont en mesure de préserver les postes d'emploi, de renforcer l'encadrement par le recrutement d'une nouvelle main-d'œuvre qualifiée, de se tourner davantage vers la recherche et développement pour favoriser l'innovation et la créativité. Or, dans la pratique, ces mesures n'ont pas été suffisantes pour répondre aux exigences du marché international. C'est que le coût de production ne cesse d'évoluer même s'il n'est pas encore comparable à celui de l'Europe.

Favoriser le partenariat gagnant-gagnant

Le principal marché tunisien du secteur demeure celui de l'Union européenne qui importe de grandes quantités d'articles de la Tunisie. D'où l'importance du partenariat gagnant-gagnant entre les entreprises tunisiennes et européennes pour augmenter les ventes dans des marchés prometteurs et accroître, par conséquent, le chiffre d'affaires à l'export. Le partenariat est plus qu'une simple sous-traitance dans la mesure où l'entreprise européenne peut donner des consignes aux entreprises tunisiennes afin qu'elles modulent la conception de leurs produits selon les tendances et les exigences des consommateurs du marché européen. De leur côté, les entreprises tunisiennes peuvent ouvrir les marchés de l'Afrique aux produits européens fabriqués en Tunisie. De grandes marques internationales sont très demandées par les consommateurs étrangers. C'est vers ces firmes internationales de renommée qu'il faut orienter le partenariat.

Certaines entreprises européennes veulent délocaliser une partie de leurs unités de fabrication en Tunisie pour profiter des divers avantages comparatifs offerts comme, à titre d'exemple, une main-d'œuvre qualifiée et à coût réduit comparé à celui de l'Europe, des services de qualité à prix abordables, une infrastructure industrielle assez développée et des avantages financiers et fiscaux dans le cadre d'un Code d'investissement fort revu et consolidé. Toutefois, le climat social doit être amélioré pour instaurer une paix sociale durable qui permettra à l'entreprise de travailler dans des conditions normales et favoriser la productivité qui fait défaut dans plus d'une entreprise. Après la révolution, certaines entreprises étrangères ont jugé bon de délocaliser leurs unités installées en

Tunisie vers d'autres pays plus stables.

Certains investisseurs européens — et notamment français et italiens — qui se sont rendus dans notre pays récemment ont manifesté leur volonté de collaborer avec des chefs d'entreprise tunisiens dans le cadre d'actions de partenariat pour partager les connaissances et les bénéfices. Autant exploiter ces opportunités par les chefs d'entreprise tunisiens en vue de renforcer l'innovation et la créativité et de s'introduire dans de nouveaux marchés.

Une innovation peu développée

La valeur ajoutée dans plusieurs entreprises tunisiennes de textile-habillement n'est pas bien développée compte tenu de la faible part accordée à la recherche et développement dans un secteur en perpétuel changement. Il faut répondre aux exigences des consommateurs dans les marchés cibles pour pouvoir écouler ses produits en tenant compte des tendances et du goût du jour. D'où la nécessité d'investir dans l'innovation et la créativité d'autant plus qu'un énorme potentiel est disponible et qui peut être exploité sans limites. Des compétences tunisiennes dans le domaine du stylisme-modélisme, reconnues au niveau international, sont disposées à offrir leurs services aux entreprises intéressées par la fabrication d'articles innovants et de qualité. Les études ont montré aussi que le taux d'encadrement dans plus d'une entreprise du secteur est faible.

C'est que certains chefs d'entreprise refusent — malgré les difficultés auxquelles ils sont confrontés — d'investir des sommes conséquentes dans les ressources humaines et préfèrent continuer à travailler de façon presque archaïque. Or, le monde a évolué et on parle, de nos jours, du textile technique. L'adhésion aux réseaux d'innovation dans le monde peut apporter le plus à ce secteur qui est appelé de se moderniser pour s'adapter à la nouvelle donne. Ces réseaux regroupent les plus grands couturiers et stylistes-modélistes qui s'échangent et partagent les idées et les points de vue pour proposer aux entreprises réputées des modèles haut de gamme en mesure d'être commercialisés dans tous les pays du monde.

Les chefs d'entreprise sont appelés à utiliser les différents instruments mis à la disposition ainsi que l'infrastructure technique comme le pôle de compétitivité du textile à Fejja-Monastir pour développer la valeur ajoutée, qui demeure une solution pertinente pour l'accroissement des ventes dans les marchés étrangers. L'amélioration du taux d'encadrement au sein des entreprises est également une priorité qui doit être concrétisée dans les meilleurs délais pour pouvoir faire face à la concurrence.

Opter pour le haut de gamme

En fait, pour pouvoir contrer les importations massives des articles en provenance de Turquie, de Chine et d'autres pays asiatiques — qui sont vendus à des prix bas —, les entreprises tunisiennes peuvent opter pour le haut de gamme. Certaines entreprises ont d'ailleurs commencé à produire des articles de grande qualité conformes aux standards internationaux. Elles ont réussi à pénétrer dans des marchés européens exigeants qui placent la qualité et l'innovation comme priorités. Les articles exportés massivement par les pays asiatiques sont visibles dans presque tous les marchés y compris en Europe et sont achetés par les consommateurs à revenu limité ou moyen.

Le haut de gamme nécessite un investissement dans l'innovation. Le chef d'entreprise doit connaître d'une façon précise les tendances des consommateurs pour arrêter sa stratégie de fabrication et gagner de nouveaux parts de marché. La participation dans les importants salons et foires du textile-habillement, organisés de temps à autres, en Europe ou dans d'autres continents, permettent aux chefs d'entreprise de s'approcher des consommateurs, d'établir un contact direct avec eux et de conclure éventuellement des contrats de partenariat, de cotraitance et de vente. C'est une occasion également de connaître les besoins et les exigences des consommateurs des différents pays. Les perspectives du secteur sont plutôt mitigées. Compte tenu de son importance dans l'industrie tunisienne, en termes d'emploi et d'exportation, il est essentiel d'opérer une montée en gamme notamment au niveau de certains créneaux particulièrement porteurs comme la confection, le textile technique, le finissage et l'ennoblissement, la bonneterie et autres. Il s'agit aussi de s'orienter davantage vers la cotraitance et le produit fini particulièrement pour les entreprises qui ont déjà acquis une expérience de quelques années dans le domaine de la sous-traitance qui demeure utile pour les nouvelles entreprises.

Les chefs d'entreprise ont intérêt à favoriser les activités à haute valeur ajoutée comme le stylisme, le modélisme et le textile technique. Les chefs d'entreprise peuvent exploiter l'avantage de proximité avec l'Union européenne et les pays africains pour proposer des articles haut de gamme en petites et moyennes séries et sur mesure. La chaîne de valeur du secteur doit être développée pour ne pas se limiter aux activités de la confection mais inclure aussi des activités de tissage et de finissage. Le pôle

de compétitivité textile de Fejja-Monastir peut accompagner les entreprises dans leur démarche visant la montée en gamme.

Repères...

- L'industrie textile et habillement occupe une place de choix dans l'économie tunisienne en termes de postes d'emploi avec près de 176.464 postes et de nombre d'entreprises avec 1.822 sociétés implantées en Tunisie. Ce secteur tire profit notamment des avantages de la proximité géographique de la Tunisie avec le marché européen, la qualité de la production et la rapidité d'exécution de la commande.
- Parmi les quelque 1.822 entreprises que compte le secteur, 1.524 produisent totalement pour l'exportation. Après une longue expérience, le secteur a connu une évolution en termes de qualité avec une orientation de plus en plus significative vers le haut de gamme, les vêtements fonctionnels et techniques ainsi que la production en petites et moyennes séries.
- Le secteur du textile-habillement compte environ 1.822 entreprises avec 10 salariés et plus par entreprise. Aussi, 83% des entreprises sont-elles totalement exportatrices et 45% en partenariat avec des partenaires étrangers ou à capitaux 100% étrangers.
- Parmi les atouts du secteur, on peut citer l'entrée en vigueur depuis des années de l'Accord de libre-échange avec l'UE, la Turquie, et l'Accord d'Agadir. Le niveau de la qualité répond aux exigences des donneurs d'ordre et les délais de livraison sont maîtrisés.
- Le secteur du textile-habillement est subdivisé en 6 branches d'activité réparties entre la filature, le tissage, le finissage, la bonneterie, la confection et les industries diverses du secteur dont les accessoires.
- Certains industriels tunisiens commencent à se spécialiser dans des niches rentables qui nécessitent un savoir-faire et de hautes compétences techniques telles que les sous-vêtements haut de gamme, ou la textile de haute technologie utilisée dans les industries automobile et aérienne à des fins sécuritaires ou médicales.
- Le plan stratégique de la Tunisie pour le soutien du secteur textile habillement a prévu le développement de l'activité "ennoblissement" afin de pallier la problématique du sourcing et de permettre aux entreprises de confection de réaliser des teintures et/ou impressions spécifiques à leurs collections en un temps très court

22 mars 2017

Industrie du textile et de l'habillement

Hechmi Habib Kooli, Président du Conseil d'administration du CETTEX : «La compétitivité des entreprises tunisiennes est en jeu»

L'histoire du Textile et Habillement tunisien remonte au lendemain de l'Indépendance, en août 1956, date à laquelle le Complexe textile tunisien a été créé à Ksar Helal. Après 60 ans, le secteur se trouve face à des défis majeurs pour maintenir la performance et pour être toujours un levier de la croissance économique du pays.

Mais pour aborder l'histoire du textile et habillement, il n'y a pas mieux que Hechmi Habib Kooli, président du Conseil d'administration du Centre technique du textile (Cettex). Nous l'avons rencontré dans son bureau à Bir Kassaâ, où il a créé depuis 1974, son entreprise spécialisée dans le tissage. Mais avant de se lancer dans l'aventure, M. Kooli a été l'une des personnalités phares qui ont contribué à la constitution du premier noyau industriel du secteur. Il a occupé de 1959 à 1974, les postes respectifs de directeur technique et directeur des Unités de Ksar Helal et Bir Kassaâ, dépendants de la Sogitex.

«Nous étions à cette époque dans une période de construction du pays. L'unité pilote de Ksar Helal a été instituée sous la demande des artisans de la région, pour la création d'une usine moderne de textile. Mais il fallait pour cela un soutien et une volonté politique», indique-t-il. En 1961, le complexe textile tunisien a changé de nom pour être la Société générale de l'industrie du coton (Sogico) puis la Sogicot et enfin la Sogitex en 1968, qui a compté six usines textiles à Ksar Helal, Moknine, Monastir, Sousse, Menzel Bourguiba et Bir Kassaâ.

La Sogitex a joué un rôle très important dans le développement d'un noyau de l'industrie textile tunisienne et dans la mise en marche d'unités privées dans le secteur. En 1967, la Sogitex comptait 3.500 employés et desservait tout le pays par les tissus issus de sa production et de la production privée et importait les besoins complémentaires. Elle a également contribué au lancement de la production du tissu denim selon les normes américaines dans son usine à Ksar Helal, en partenariat avec le Groupe américain DHJ, en 1974.

Difficultés

La loi 72 était le fer de lance du secteur textile et habillement tunisien et son ouverture à l'international. Plusieurs entreprises offshore ont été créées. Ce qui a contribué à la création de milliers d'emplois. Entre 1972 et 1981, le secteur employait déjà 30 mille personnes et a atteint les 200 mille emplois dans les années 2000. Cette loi a également boosté les investissements directs étrangers.

Mais si le textile et habillement tunisien est un levier de la croissance économique du pays, le débat qu'il y a actuellement sur la majoration des salaires dans le secteur privé reflète des

difficultés structurelles que connaît le secteur depuis des années. Depuis 2011, plusieurs fermetures d'entreprises ont été occasionnées et plus de 30 mille emplois ont été perdus.

Une situation que M. Kooli explique par l'importation anarchique sur le marché local et qui constitue une menace pour les entreprises tunisiennes et les emplois. « C'est un secteur sinistré parce que les opérations d'importation ne sont pas organisées. Il y a un manque de contrôle technique des marchandises », explique-t-il.

Il appelle ainsi à appliquer les prix de référence comme il est le cas ailleurs, pour éviter les malversations. Ces prix de référence devraient être établis par le ministère du Commerce en coordination avec les professionnels et la Douane tunisienne. A défaut de contrôle technique et des prix de référence quant aux importations, la situation de l'industrie nationale du textile deviendrait désastreuse, d'après M. Kooli.

Impact sur la compétitivité

«Malheureusement, les importations anarchiques sont devenues un semblant de contrebande légale. Nous sommes pour l'importation légale en conformité avec les conventions internationales que nous avons signées. Mais il faut aussi veiller au respect de la loi», lance M. Kooli. Il ajoute que cette réalité impacte considérablement la compétitivité des entreprises tunisiennes, qui n'arrivent pas à concurrencer sur un pied d'égalité les produits d'importation, qui ne sont pas déclarés en toute légalité.

M. Kooli a indiqué également que l'administration tunisienne doit accompagner les industriels tunisiens dans leurs efforts de performance. Il note que la réduction des heures de travail d'une semaine à six jours à une semaine à cinq jours, influence cette performance. Ajoutons-y la question sécuritaire qui a pesé lourd, ces dernières années, sur l'image du secteur.

Pression sur l'entreprise

D'un autre côté, M. Kooli affirme que la crise actuelle sur la majoration des salaires de deux fois —6% dans le secteur privé— trouve son origine dans la conduite des négociations entre les acteurs sociaux. Ce qui a induit une prolongation des négociations qui ne répond pas aux attentes des industriels du secteur. D'autant plus que l'application de cette majoration engendrerait un poids financier considérable que ces entreprises ne peuvent pas supporter.

De plus, il fallait, selon lui, conduire des négociations sectorielles, tenant compte des spécificités et des contraintes de chaque secteur concerné. «Il existe des secteurs qui supportent 6% de majoration et même plus alors que d'autres non. Ajoutons à cela l'impact sur la paix sociale des entreprises du secteur Textile et Habillement. Celles-là se trouveront avec deux années de rappel. Il s'agit d'une pression supplémentaire, accentuant le climat d'incertitude sur les entreprises et le secteur en général», précise-t-il.

En revanche, M. Kooli indique que les professionnels du secteur font partie des fondateurs de l'Union tunisienne de l'industrie, du commerce et de l'artisanat (Utica). D'où, le principe de dissociation devrait être destitué. Il ajoute qu'il s'agit d'une organisation nationale représentant les professionnels et que ceux-ci doivent lutter pour leurs droits en son sein.

Auteur : Maha Ouelhezi
Ajouté le : 22-03-2017

Industrie du textile et de l'habillement

Hosni Boufaden, membre du bureau exécutif de la FENATEX : «Une stratégie de relance et non pas de sauvetage»

Le secteur Textile et Habillement connaît, depuis quelques années, des difficultés liées à son environnement interne et aussi externe. L'insécurité, la détérioration du climat social, la crise de la zone euro, sont autant de facteurs qui ont affecté considérablement la performance des opérateurs du secteur à l'export comme sur le marché local. L'accord sur la majoration salariale, signé récemment entre l'Ugta et l'Utica, a provoqué le tollé de la Fédération nationale du textile (Fenatex). Mais si cette majoration complique davantage la vie des industriels, elle reflète aussi un malaise ressenti quant à l'absence d'une stratégie gouvernementale fiable pour traiter les maux du secteur, selon Hosni Boufaden, membre du bureau exécutif de la Fédération nationale du textile. Entretien.

Pouvez-vous nous expliquer les causes de la tension actuelle au sein des professionnels du secteur?

L'accord sur la majoration salariale dans le secteur privé est une décision suicidaire pour le secteur. Si l'effet d'annonce dit que l'augmentation sera de 6%, réellement elle sera de 12,4% parce qu'il y aura la majoration de l'année 2016 à effet rétroactif et aussi la majoration de l'année 2017 qui prendra effet à partir du 1er mai 2017. Lors de la réunion du 11 mars 2017 à Hammamet, notre réaction était de se mettre d'accord unanimement sur le principe de se séparer de l'Utica, tout en insistant sur le dialogue.

Nous avons dit «principe» parce que nous sommes conscients du poids du secteur Textile et Habillement dans l'organisation patronale. Il représente 170 mille emplois. Et nous savons que si nous sortons de l'Utica, cela va l'affaiblir. Ce qui ne profite pas à notre pays. Nous reprochons le fait de ne pas avoir été consultés dans la prise de décision. Mais nous sommes sûrs qu'il n'y avait pas d'arrière-pensée. Le problème de départ était un manque de communication avec les professionnels du secteur. Nous avons donc créé un nouveau comité provisoire d'appui à notre cause. Et nous sommes arrivés maintenant à mobiliser des opérateurs représentant 88 mille postes d'emploi.

Je précise que ce mouvement n'a rien de personnel avec la présidente de l'Utica. Nous travaillons ensemble pour le bien du secteur. D'ailleurs, nous avons eu vendredi dernier une réunion très positive avec Mme Ouided Bouchamaoui, présidente de l'Utica. Elle nous a promis que des actions seront entreprises avec le gouvernement.

Quel serait l'impact réel de cette majoration sur le secteur ?

Comme je vous l'ai expliqué plus haut, la majoration réelle serait de 12,4% et non pas de 6%. Il faut préciser aussi qu'il existe une différence entre le commerce textile, la friperie et l'industrie textile. Il y a une nuance à faire. Les industriels s'engagent sur des contrats annuels avec les grands groupes étrangers. Ce qui signifie qu'ils ne peuvent plus négocier les prix. Avec cette majoration, leurs marges de bénéfice diminuent, surtout que la majorité des entreprises ont bouclé leur année fiscale 2016. Cette situation constitue un réel danger pour notre secteur et une menace pour notre compétitivité à l'étranger. Cela touchera, en premier lieu, les entreprises totalement exportatrices. Puis les entreprises intervenantes sur le marché local qui ont déjà un grand problème pour concurrencer les franchises turques et autres, jouissant de subventions de leurs pays d'origine, alors qu'en Tunisie, nous ne les avons pas.

Entre 2011 et 2016, 40 mille postes d'emploi ont disparu. Mais cela n'est pas dû à un affaiblissement de notre savoir-faire. Au contraire, nous jouissons d'une renommée internationale quant à la bonne qualité de nos produits et l'excellente qualification de nos employés. Le problème réside dans tout le système. Dire que le secteur textile est en panne à cause d'un problème intra-usine est faux. Le

problème est extra-usine. Il est relatif au label du pays.

Nous avons un manque d'alimentation de nos chaînes de production. Les donneurs d'ordre ont peur de donner la marchandise. Il y a d'autres pays où ils peuvent produire comme le Maroc, le Bangladesh, le Cambodge, la Bulgarie, le Vietnam, le Pakistan. Ils trouvent la matière première, les accessoires, des ouvriers moins chers. Et puis ils ont des privilèges pour exporter vers l'Europe. 60% des importations textile de l'Union européenne proviennent de pays asiatiques. La Tunisie exporte seulement 2% de l'assiette globale. Jusqu'à 2010, nous étions classés à la 5e place, maintenant nous sommes à la 9e. Avec cette majoration, nous risquons d'être non classés.

Par rapport à nos partenaires étrangers, la sécurité et le climat social sont très importants. Sur le terrain, certaines entreprises ont des difficultés réelles à survivre. Pour cela, il est primordial de réétudier la majoration salariale selon la situation réelle du secteur. D'ailleurs, notre proposition est de la diviser entre trois ou quatre ans.

Quelles sont les actions qu'il faudrait entreprendre pour soutenir le secteur et favoriser sa relance ?

Je précise ici que les mesures qu'entreprendra l'Etat en faveur de la relance du secteur ne doivent pas être axées seulement sur les entreprises en difficulté. Cette action est stratégiquement fautive. Il ne faut pas penser aux moyens de «sauvetage» du secteur mais aux moyens pour le booster. Il faut viser la locomotive. La stratégie est d'approcher les grandes entreprises, en premier lieu. Les petites entreprises qui sont en difficulté ne travaillent pas directement avec les donneurs d'ordre. Ce sont des sous-traitants. Si elles disparaissent, les grandes entreprises ne peuvent plus prendre de grandes commandes et ne peuvent plus fonctionner.

Si l'intérêt est porté seulement au secours des petits sous-traitants, les grandes entreprises vont disparaître. Ce climat ne les pousse pas à investir. Et quand il n'y a pas d'investissements, il n'y a pas d'amélioration de la productivité ni de la compétitivité. Prenez les entreprises étrangères qui ont des structures en Tunisie, ils sont en train de concevoir des plans de délocalisation à moyen terme, en arrêtant l'investissement et en réduisant le personnel. Le plus grand perdant est l'ouvrier.

La taxation des entreprises off shore de 7,5% a réduit le développement des sites de production des multinationales. Celles-ci ont différents sites à travers le monde. Elles peuvent placer leur production ailleurs et n'ont pas besoin d'augmenter leur personnel chez nous.

Il faut essayer de redonner la confiance aux grandes sociétés par le biais de mesures draconiennes. Cela a pris beaucoup de temps. Il faut revoir la législation fiscale qui ne présente plus les mêmes avantages qu'auparavant. Il ne faut pas taxer les exportateurs, c'est une erreur fondamentale. Dans les autres pays qui sont nos concurrents, on donne des avantages et on les aide. Il ne faut pas taxer les entreprises qui créent de la valeur.

Malheureusement, la Tunisie a perdu son label de site de production offrant les conditions idéales pour une production à l'export. Il ne faut pas négliger que la paix sociale, la productivité, la discipline des ouvriers, l'administration, le service des ports, la Douane, sans oublier la sécurité, sont des facteurs importants pour les donneurs d'ordre étrangers.

Le manque de visibilité et l'instabilité fiscale affaiblissent aujourd'hui la volonté d'investissement pour de nombreux opérateurs importants, influençant sur la productivité des usines. Ces facteurs nous affaiblissent dans la négociation des prix de fabrication, et impactent nos marges. Quand nous n'avons pas un label, nous ne pouvons pas négocier. D'ailleurs, certains donneurs d'ordre profitent du manque d'approvisionnement de nos chaînes et notre situation pour nous proposer des prix et des conditions de paiement au-dessous de nos coûts de fabrication. Cette situation, si elle continue, provoquera davantage des pertes de postes d'emploi, dans les années à venir, parce que les donneurs d'ordre placent toujours leur production dans les sites les moins chers. Prenez l'exemple de Levi's, qui a commencé à délocaliser dans les années 50 parce qu'il voulait vendre le jeans à un dollar. Il est allé au Mexique, puis au Brésil, puis en Tunisie. Lorsque la Tunisie est devenue plus chère, il a quitté également. C'est une réalité du marché.

Sur le marché local, on parle d'invasion des produits importés de différents pays. Quel est l'effet sur les entreprises tunisiennes ?

Les importations totales dans le secteur sont de l'ordre de 719,6 millions de dinars, toutes origines confondues. Avec la Turquie seulement, la Tunisie importe pour une valeur de 511 millions de dinars. Ce qui impacte considérablement les entreprises locales qui ont du mal à écouler leurs marchandises et à être compétitives. La majoration salariale renforce ces difficultés.

Il faut aussi positionner l'entreprise locale par rapport à l'historique du secteur. Les difficultés ont commencé dans les années 90 avec le marché parallèle, l'invasion des marchandises d'origine asiatique. Ce qui a fait disparaître une partie des entreprises locales. Cela a contribué au

démantèlement de la chaîne d'intégration du secteur. Dans les années 1995-96, nous avions tout le processus disponible, de la filature au tissage, le finissage et la confection. Maintenant, nous n'avons pratiquement plus de filature parce qu'il y a eu une déferlante de fil importé sur le marché local, provenant de l'Inde en contrebande ou en sous-valorisation. Du coup, nous avons perdu cinq unités de filature et il n'y a pratiquement plus de fil de production locale. Nous ne sommes plus réactifs et compétitifs et nous risquons de perdre des commandes, même à l'export. La solution est l'intégration. A l'export, le travail à façon était une étape importante qui nous a permis d'acquérir un savoir-faire, d'avoir des entreprises performantes. Mais actuellement, avec la concurrence asiatique et la main-d'œuvre à bas prix au Vietnam ou au Bangladesh, nous ne pouvons plus survivre avec le travail à façon. Dans une situation normale, il existe une courbe d'apprentissage qui commence avec le marché local, où l'entreprise doit acquérir un savoir-faire. Puis elle se développe, se stabilise et s'oriente vers le marché extérieur. Mais si elle rencontre des difficultés dès le premier pas, elle ne le pourra pas. La solution réside dans la limitation des importations. Il faut aussi reconsidérer le textile comme un secteur économique prioritaire. Il faut créer des mécanismes pour booster l'investissement. Nous pouvons avoir recours aux garanties de l'Etat parce que les banques ne veulent plus financer le secteur puisqu'il est considéré comme un secteur sinistré. Il y a des débouchés sur le marché local. Nous devons veiller à récupérer au moins 40% des 719 MDT d'importations. Il faut également que l'Etat soutient les opérateurs du secteur par la compression des charges. Dans le textile, plus on monte dans la chaîne de valeur (filature, tissage et teinture), plus les charges de l'énergie augmentent. L'Etat n'a accordé aucun régime référentiel pour ces activités.

Auteur : Propos recueillis par M.O.
Ajouté le : 22-03-2017



TUESDAY, 21 MARCH 2017 12:42

TURKEY BUILDS UP TEXTILES TRADE WITH EU

Turkey's textile exports to the EU increased 8.6 per cent year-on-year in 2016 while exports of apparel fell 2.3 per cent. The EU remains the largest exporting destination for Turkey's textile and apparel products and the textile and apparel trade with the EU is expected to increase over the next few years. In 2016, over 64 per cent of total Turkish textile and apparel exports were destined for the EU.

Russian buyers are returning to Turkey after the political tension in November 2015 when Turkey downed a Russian jet. Textile and apparel exports from Turkey are also increasing to other markets like Iran, the US, Algeria, Israel, Poland and Bulgaria. Meanwhile, the depreciation of the Turkish lira is making exports easier.

Moreover, domestic market is also developing well and attracting more foreign investment. The domestic market is expected to grow by eight to ten per cent in 2017. An industrial rebound is expected in the country's cotton production. The Turkish textile and apparel industry has a goal of doing exports worth 72 billion dollars in 2023. In order to achieve that target, Turkey has put increasing efforts to ensure national and regional stability and harmonious international trade relations.

Last update 12:00 | 02/03/2017

Textile & garment manufacturers worried about Brexit

VietNamNet Bridge - The uncertainties of the EU economy with the Italian PM stepping down and the UK & Northern Ireland leaving the EU will adversely affect Vietnam's exports to the large markets.



Le Tien Truong, general director of Vinatex, the nation's leading textile & garment group, predicted that Brexit would show its impact on Vietnam by the end of the first quarter of 2017.

The EU is the second largest export market for Vietnam.

Meanwhile, the Vietnam-EU FTA (EVFTA) has been approved, but it will only take effect in two years.

The uncertainties of the EU economy with the Italian PM stepping down and the UK & Northern Ireland leaving the EU will adversely affect Vietnam's exports to the large markets.

Vietnamese garment companies this year plan to focus on small- and medium-scale orders, while striving to get orders for high-end products to compete with countries which can enjoy preferential GSP.

Vinatex's subsidiaries have enough orders to ensure jobs until the end of the first quarter. However, they have been told that

difficulties may come in the second quarter.

Soon after the information about Brexit, the textile & garment sector sent a document to the Ministry of Industry and Trade, requesting to lower the export turnover target from \$31 billion to \$29 billion.

Vu Duc Giang, chair of the Vietnam Textile & Apparel Association (Vinatas), then explained that the enterprises which export 50 percent of their products to the UK faced difficulties in obtaining orders.

The UK is the biggest importer of Vietnam's garment products in the EU, which consumes 21 percent of total exports to the EU. The demand from the market has fallen sharply.

Brexit has not only affected Vietnamese enterprises which export products to the UK, but also had an impact on British investment in Vietnam. Some British investors have scaled down their production and tried to sell their factories.

Footwear manufacturers, who consider the EU as the key export market, also are worried about orders in 2017 because they still don't know how the UK and EU policies will change.

Le secteur du textile-habillement cherche à filer un bon coton

SAMEDI 25 FÉVRIER 2017 -

Hanoi, 25 février (VNA) – Ces dix dernières années, le secteur vietnamien du textile-habillement a maintenu une croissance annuelle moyenne de 17,5%. Cette année, un chiffre d'affaires à l'export de 29 milliards de dollars est attendu, ce qui correspond à une croissance de 6,5 à 7%.



Depuis quelques années, le textile-habillement est le 2e produit d'export du Vietnam, après les téléphones et leurs accessoires. Photo : VNA

En 2017, les entreprises du textile-habillement continueront de connaître des difficultés du fait de la concurrence d'autres exportateurs comme la Chine, l'Inde, le Bangladesh et le Pakistan, a prédit Lê Tiên Truong, directeur général du Groupe du textile-habillement du Vietnam (Vinatex). Ces pays continuent d'intensifier leurs politiques de soutien à leurs entreprises du secteur.

Épauler les entreprises pour relever les défis

En plus, en 2017, selon les prévisions, la demande en textile-habillement connaîtra une faible croissance. Compte tenu des conséquences du Brexit et de la signature par le président américain Donald Trump de l'acte de retrait des États-Unis du Traité de partenariat trans-pacifique (TPP), les entreprises textiles continuent de faire face

à de nombreux défis. D'abord, l'augmentation du salaire minimum au Vietnam a une incidence considérable sur les prix des produits vietnamiens. Par ailleurs, les faiblesses sur le plan des modèles et gammes, et même, parfois, de la conception, sont toujours une question majeure. S'il n'y a pas de politiques appropriées, notamment pour soutenir le secteur, le chiffre d'affaires à l'export pourrait progresser de seulement de 6,5 à 7%, a estimé Lê Tiên Truong.

Vu Duc Giang, président de l'Association du textile-habillement du Vietnam (Vitas), a demandé au ministère de l'Industrie et du Commerce de soutenir les entreprises afin de les aider à surmonter leurs difficultés. Il faut, selon lui, mieux gérer les investissements, et davantage solliciter les investisseurs étrangers, et réviser l'aménagement du développement du secteur afin qu'il soit approprié à une profonde intégration à l'économie mondiale. Il faut aussi soutenir les exportations de ce secteur.

Vitas a, en outre, demandé au ministère de modifier la réglementation trop difficile pour les entreprises, de soutenir la formation de personnels qualifiés. Les grands débouchés à l'export du secteur demeurent les États-Unis, avec près de 10 milliards de dollars pour une progression de 4,37% en 2016, l'Union européenne (UE), avec près de 3 milliards pour 2,46%, le Japon, avec près de 2,5 milliards pour 4,61%, la République de Corée, avec plus de 2,2 milliards pour 5,34%. Quant aux exportations sur d'autres marchés, elles se sont établies à près de 5,9 milliards de dollars, soit une croissance de 6,6%.

Du fait du retrait des États-Unis du TPP, l'Accord de libre-échange (ALE) entre l'UE et le Vietnam prend de plus en plus d'importance, et n'est plus que jamais une énorme opportunité pour le textile vietnamien. Aujourd'hui, le Vietnam figure dans le top 5 des producteurs mondiaux de textile-habillement, et les potentiels de son industrie sont croissants en raison des accords de libre-échange convenus par le pays, à commencer par cet ALE.

Pour avoir une plus forte valeur ajoutée

Cependant, afin de participer comme d'exploiter la tendance d'intégration au monde, notamment pour obtenir une plus forte valeur ajoutée et réaliser de plus importantes marges, les sous-traitants vietnamiens devraient rapidement passer de l'étape de la production simple CMT (cut, make and trim) à des méthodes de traitement plus modernes tels que OEM (Original Equipment Manufacturer) ou ODM (Original

Design Manufacturer). La balance du commerce Vietnam-UE est actuellement positive pour le Vietnam, avec des exportations annuelles de près de 30 milliards d'euros. Parmi les principales, celles de vêtements connaissent une croissance d'une dizaine de pourcents par an.

Pourtant, ces produits vietnamiens ne représentent que 3% des importations totales de l'UE, aussi le potentiel d'export reste énorme. Mais de nombreux secteurs sont concernés : une fois les dispositions de cet accord entièrement applicables, c'est-à-dire en 2025, 99% des barrières tarifaires auront été supprimées. Pour le Vietnam, dès le premier jour de l'entrée en vigueur de cet accord qui est prévue en 2018, 71% des produits exportés seront libres de taxes aux frontières de l'UE.

Il existe d'autres défis toutefois, à commencer par le respect des conditions d'application de ces accords telles que les questions d'origine, environnementales, d'emploi..., ce qui suppose parfois d'engager des modifications assez conséquentes. Or, 80% des entreprises de ce secteur sont des PME qui pourraient connaître des difficultés pour satisfaire ces conditions. D'ici à 2020, il est prévu que les exportations de l'industrie textile seront de l'ordre de 45 à 50 milliards de dollars, avec un taux de localisation de 65%, et une masse salariale de 3,3 millions de personnes. –

CVN/VNA

Le textile vietnamien rassure après le retrait américain du TPP

21/03/2017 20:22

Le textile vietnamien veut rassurer sur les perspectives d'exportations après le retrait des États-Unis de l'Accord de partenariat transpacifique, qui a été signé en 2015 par douze pays d'Asie-Pacifique, mais qui n'est pas encore entré en vigueur.



Cette année, le secteur du textile et de l'habillement du Vietnam vise un chiffre d'affaires à l'exportation de 30 milliards de dollars et une croissance comprise entre 6,5% et 7%.

Photo : Bich Huê/VNA/CVN

Le TPP est encore inexistant, mais en son absence, le secteur du textile et de l'habillement du Vietnam se développe comme toujours, a indiqué le directeur général du groupe du textile et de l'habillement du Vietnam (Vinatex), Lê Tiên Trung.

Ce méga traité commercial entre l'Amérique et l'Asie est, selon lui, une condition qui dope les exportations textiles, et non pas une cause qui les freine. En plus, quand les conditions plus favorables se présentent, ce n'est pas que toutes les entreprises peuvent en tirer le meilleur parti.

Les États-Unis et le Japon sont actuellement deux marchés principaux de l'industrie textile et de l'habillement du Vietnam, qui ont importé ses produits pour 15 milliards de

dollars en 2016, soit 53,5% de son chiffre d'affaires à l'export.

Il ne faut pas considérer le TPP comme la «baguette magique» pour les secteurs exportateurs vietnamiens, a déclaré le vice-président de l'Association du textile et de l'habillement du Vietnam (VITAS), Truong Van Câm.

Outre le TPP, le Vietnam a signé et signera une bonne dizaine d'accords de libre-échange. Il suffit donc s'y préparer soigneusement pour exploiter divers marchés, y compris américain. Le retrait des États-Unis du TPP ne se répercute pas le secteur du textile et de l'habillement du Vietnam, a-t-il estimé.

Truong Van Câm a ajouté que le TPP n'est qu'un prétexte et une raison pour les investisseurs étrangers chaque fois qu'il s'agit d'engager leurs capitaux, car le Vietnam est attractif du fait de son économie de plus en plus ouverte, exportatrice et partie à plusieurs accords de libre-échange.

Cette année, l'industrie du textile et de l'habillement du Vietnam se fixe l'objectif de 30 milliards de dollars d'exportation et une croissance comprise entre 6,5% et 7%. Le Vinatex envisage une croissance de la valeur de la production industrielle de 14% par rapport à l'an dernier et une hausse de 11% de la valeur de l'exportation.

"Nous devons élargir des débouchés dont le marché européen grâce à l'accord de libre-échange Vietnam-Union européenne qui entrera en vigueur l'an prochain et exploiter les accords de libre-échange avec l'Union économique eurasiatique", a indiqué Lê Tiên Truong.

"Nous souhaitons aussi une croissance de 7% des exportations textiles vers le marché américain et maintenir les exportations textiles vers les États-Unis à hauteur de 5% du volume des exportations textiles vietnamiennes", a-t-il fait savoir.

VNA/CVN

Vietnam revises regulation on use of azo dyes in textiles

17

Mar '17



The Vietnam Ministry of Industry and [Trade](#) (MOIT) has drafted a new regulation on use of azo dyes and formaldehyde content in [textile](#) and apparel products sold in the [country](#). The new regulation stipulates limits and inspection of content of formaldehyde and of aromatic amines derived from azo colourants in textile and apparel products.

Under the new regulation, formaldehyde in textile products for children under 36 months of ages should not exceed 30 mg/kg, in textile products in direct skin contact, the limit is 75 mg/kg, while in textile products without direct skin contact, the limit is 300 mg/kg. In case of aromatic amines, the limit is 30 mg/kg in all the three categories.

This regulation applies to all textile manufacturers and importers in Vietnam and state inspection is carried out by organisations that are appointed and authorised by the Minister of Trade and Industry. (AR)



THURSDAY, 16 MARCH 2017 12:57

APPAREL COMPANIES RANKED ON HUMAN RIGHTS, M&S, ADIDAS TOP THE LIST

Corporate Human Rights Benchmark has ranked apparel companies in the world on human rights issues. Marks & Spencer and Adidas figure high followed close behind by H&M, Gap, and Nike. At the bottom of the pile are Kohl's, Macy's, Walmart, Under Armor and Fast Retailing.

Businesses were assessed on human rights policies, governance, processes, practices and transparency as well as how they respond to serious allegations. CHRB aims to make corporate human rights performance easier to see and simpler to understand for a wide range of audiences - inside and outside companies.

Leading companies are those that have recognised the moral imperative, business case, and commercial viability of taking action on human rights. There are a large proportion of companies that are performing poorly, with an average score per measurement theme of between 20 and 29 per cent. Thirteen out of the 30 apparel companies assessed fall in this category. These low performing companies spell dangers of human rights abuse of workers.

In the CHRB's apparel industry criteria, the highest scoring area was transparency, followed by policy, with companies scoring lowest in remedies and grievance mechanisms. The main finding is that many companies are yet to implement the UN guiding principles and other internationally recognised human rights and industry standards.

..../....

Click a company name to download their full score sheet

BAND RANGE	COMPANY
60-69%	Marks & Spencer Group*
50-59%	Adidas
40-49%	Hennes & Mauritz
	Gap
	Tesco*
	Nike
30-39%	VF
	Inditex
	Hanesbrands
	Target*
20-29%	Kering
	Associated British Foods*
	TJX Companies
	L Brands
	Christian Dior
	Nordstrom
	Coach
	Next
	Aeon Company*
	Prada
	Falabella*
	Hermes International

	Heilan Home
<i>10-19%</i>	Under Armour
	Fast Retailing
	Wal-mart Stores*
<i>0-9%</i>	Ross Stores
	Kohl's
	Macy's
	Costco Wholesale*

*These companies were assessed under Agricultural Products and Apparel

FRIDAY, 03 MARCH 2017 13:42

MAN-MADE FIBRES GIVING STIFF COMPETITION TO NATURAL FIBRES

"In the Age of Sail, all lines and sails on ships were made of natural fibres, mostly hemp and sisal for ropes, and linen for sails, and millions of tonne of each fibre were produced each year. Today, with the exception of museums, all ships' lines and sails are made of nylon, polypropylene or polyester, and world production of natural fibres used in lines and sails has reduced to just a few hundred thousand tonne. Prior to the advent of 'fast fashion' and 'casual Fridays,' wool was a major apparel fibre. In the 1960s, wool accounted for 10 per cent of world apparel fibre use. Today, wool accounts for 1 per cent of world fibre use."



In the Age of Sail, all lines and sails on ships were made of natural fibres, mostly hemp and sisal for ropes, and linen for sails, and millions of tonne of each fibre were produced each year. Today, with the exception of museums, all ships' lines and sails are made of nylon, polypropylene or polyester, and world production of natural fibres used in lines and sails has reduced to just a few hundred thousand tonne. Prior to the advent of 'fast fashion' and 'casual Fridays,' wool was a major apparel fibre. In the 1960s, wool accounted for 10 per cent of world apparel fibre use. Today, wool accounts for 1 per cent of world fibre use.

In the 1800s and early 1900s, cotton accounted for 75 per cent of world fibre use, and in the 1960s, cotton still accounted for two-thirds of all fibre use. By the 1980s, cotton's share had reduced to half, and today, cotton's share of world fibre consumption is less than 30 per cent, and still reducing.

China – the biggest catalyst



As China started to industrialise in the early 1980s, textile production was a leading area of investment. In 1990, polyester fibre production in China was about 1 million tons but by 2015, polyester production in China had grown to approximately 35 million tons, equal to 70 per cent of the world total. The 35-fold increase in polyester production in China in 25 years is the single biggest factor reducing world demand for cotton today.

There are no comprehensive statistics on the number of polyester fibre production plants in China, their ownership, sources of financing or operating costs. However, the growth in polyester production in China has been so rapid, so enormous and so incongruous with investment patterns in other countries in Asia, that it is impossible to believe that industry expansion is a result of competitive, private sector investment. The cost of construction of a polyester plant with a capacity of 250,000 ton per year is estimated at about \$150 million. It has been widely reported that the national, provincial and local governments in China encourage industrial expansion through loans that are never repaid made by government-owned banks.

Given the emphasis by all levels of government in China on textile production since 1990, it is highly likely that much of the expansion of polyester production capacity occurred with the help of loans that have become grants. It would be naïve to think that the expansion in polyester production in China occurred because Chinese consumers were demanding more polyester or that other market forces encouraged such growth. The expansion resulted from the industrial policies of the Government of China. Loss of market share for cotton has been largely the result of policies of the government of China following China's accession to the World Trade Organization (WTO) in 2001 and the end of the Multifiber Arrangement (MFA) in January 2005.

Need of the hour

With global economy becoming highly competitive, and industries facing strategic threats, natural fibres, more than most other agricultural commodities are facing stiff competition from manmade alternatives. As of 2016, cotton appears to be the declining industry, stuck between low prices for polyester and huge stocks of cotton, as well as under attack from government agencies wishing to limit cotton production because of perceived environmental and social harm. The governments of countries concerned about the health of the cotton economy must unite to confront these threats. Governments must also premise policies and programs to enable cotton producers to innovate, adopt and implement the latest technologies that produce increased yields at lower costs and offer fibre to textile mills at prices competitive with polyester.

Governments with an interest in the preserving the global cotton industry needs to unite in the WTO to oppose China's subsidization of polyester production, in the same way that governments have waged a campaign to reduce direct government measures that distort cotton production and trade. If that's not done, then cotton's loss of market share will keep on growing, and the livelihoods of cotton producers will be further compromised.



FASHIONATING WORLD

FRIDAY, 10 MARCH 2017 11:25

POLYESTER MAY EDGE OUT COTTON GLOBALLY

Polyester is now one of the most commonly used fibers in the global textile and apparel industry. The annual rate of growth in global polyester production has been over eight per cent during the last five years, well above the total fiber average of 4.9 per cent annually. Although the growth rate for global polyester market reduced to 4.8 per cent, with China slowing down to 6.5 per cent, the overall growth is still stable and strong.

By 2020, use of polyester will be significantly more than the use of cotton, cellulosic, wool and acrylic combined. Today, polyester is already the most widely used fiber in all major segments of the global textile and apparel market, with garment manufacturing, home furnishings, carpets and rugs, fibre fill, and non-woven fabrics being some of the top polyester consuming sectors.

Currently, China dominates the global market for polyester production and consumption, representing over 65 per cent of global polyester consumption. India is another big market for polyester. In India, cotton now has a 50 per cent share in the fiber market, followed by polyester, with 40 per cent. However the share of polyester is catching up quickly. The market share of polyester is expected to increase to 53 per cent by 2030, while cotton will go down to 32 per cent.