

	<b>Afrique : origine préférentielle : Afrique, Asie, Turquie, oui ; Maghreb, non !</b>	<b>1</b>
	<b>Bangladesh : factories won't shut down without PM's direction</b>	<b>3</b>
	<b>Bangladesh : garment factories lose orders worth \$1bn</b>	<b>5</b>
	<b>Cambodge : l'industrie de l'habillement est suspendue à un fil</b>	<b>7</b>
	<b>Cambodge : l'industrie du vêtement au Cambodge et au Vietnam menacée</b>	<b>10</b>
	<b>Cambodia : Covid-19 brings chaos to textile industry</b>	<b>13</b>
	<b>Cambodia : is Cambodia's clothing industry unravelling ?</b>	<b>16</b>
	<b>China : textile companies see decline in international orders</b>	<b>21</b>
	<b>China : half of Chinese retailers risk collapse within six months</b>	<b>22</b>
	<b>Chine : de grandes marques liées au travail forcé des Ouighours</b>	<b>27</b>
	<b>France : comment le groupe Lectra construit son offre de mode à la demande</b>	<b>30</b>
	<b>France : la stratégie d'Intersport pour monter en puissance sur le digital</b>	<b>36</b>
	<b>France : quelles entreprises d'habillement ont le plus la cote auprès des salariés ?</b>	<b>39</b>
	<b>France : l'inquiétude grandit après un mois de février déjà en fort recul</b>	<b>41</b>
	<b>France : après une cyberattaque, Lise Charmel se place en redressement judiciaire</b>	<b>44</b>
	<b>France : en Normandie, des entreprises se mobilisent pour produire des masques</b>	<b>46</b>
	<b>France : après les Gilets jaunes, la mode va-t-elle succomber au Coronavirus ?</b>	<b>49</b>
	<b>India : UK's Xeros signs major denim deal with India's Ramsons</b>	<b>51</b>
	<b>Madagascar : deux voyageurs interpellés pour ne pas rester confinés</b>	<b>53</b>
	<b>Madagascar, Maurice : les économies de l'Océan indien souffrent</b>	<b>55</b>
	<b>Maroc : grosses craintes pour les collections automne-hiver</b>	<b>58</b>
	<b>Maroc : Mohammed Boubouh : « aucun modèle ne peut tenir face au modèle turc »</b>	<b>60</b>
	<b>Maroc : Coronavirus : réunion de Moulay Hafid Elalamy avec l'Amith</b>	<b>63</b>
	<b>Maroc : le secteur textile sombre à nouveau</b>	<b>65</b>
	<b>Pakistan : prices down as coronavirus fears grip cotton market</b>	<b>67</b>
	<b>Pakistan : textile exporters fear « severe liquidity crisis »</b>	<b>69</b>
	<b>Tunisie : sentiment d'inquiétude mitigé des entreprises françaises en Tunisie</b>	<b>72</b>
	<b>Tunisie : les chiffres clés des entreprises d'habillement sur le Web</b>	<b>74</b>
	<b>UK : Burberry reopens China stores. There is light at the end of the tunnel</b>	<b>75</b>
	<b>USA : fall fashion braces for the effects of Covid-19</b>	<b>77</b>
	<b>USA : LA Textile provides opportunities for sourcing amid supply-chain challenges</b>	<b>79</b>
	<b>USA : retail trade groups say dump Chinese import tariffs</b>	<b>82</b>
	<b>USA : despite global crisis, Trump resists calls for tariff relief</b>	<b>83</b>
	<b>Vietnam : 5,3 milliards US\$ d'export textile-habillement pour janvier-février 2020</b>	<b>85</b>
	<b>Vietnam : le secteur textile-habillement cherche à s'adapter</b>	<b>86</b>
	<b>Vietnam : le Covid-19 limite l'approvisionnement en matières premières</b>	<b>88</b>
	<b>Vietnam : entreprises cherchent matières premières désespérément</b>	<b>92</b>
	<b>Vietnam : responding to new challenges</b>	<b>96</b>
	<b>World : why Coronavirus will dramatically change the retail supply chain and how</b>	<b>100</b>
	<b>World : the effect of Covid-19 on global textiles and apparel supply chains</b>	<b>105</b>
	<b>World : the global garment supply chain faces significant job uncertainty</b>	<b>109</b>
	<b>World : textile professionals discuss the effects of coronavirus</b>	<b>112</b>

# Origine préférentielle textile : Afrique, Asie et Turquie, oui ; Maghreb, non !

Publié le 27 mars 2020



**Jean-François Limantour**  
President of Evalliance

145 articles

Le Journal Officiel L93 du 27 mars 2020 a publié une décision concernant les règles d'origine applicables aux exportations des produits exportés par les pays d'Afrique Orientale et Australe vers l'Union européenne.

En application de ce texte applicable à compter du 31 mars 2020, ces pays vont bénéficier de la règle dite de « simple transformation » leur permettant d'exporter à droits nuls leurs produits vers l'UE. Ceci concerne notamment leurs exportations de vêtements vers l'Europe.

Position SH (1)	Désignation des marchandises (2)	Ouvraison ou transformation appliquée à des matières non originaires conférant le caractère de produit originaire (3) ou (4)	
Chapitre 61	Vêtements et accessoires du vêtement, en bonneterie:		
	obtenus par assemblage par couture ou autrement de deux ou plusieurs pièces de bonneterie qui ont été découpées en forme ou obtenues directement en forme	Fabrication à partir de tissus	
	Autres	Fabrication à partir de fils <sup>(22)</sup> :	
ex Chapitre 62	Vêtements et accessoires du vêtement, autres qu'en bonneterie; à l'exclusion des:	Fabrication à partir de tissus	
6213 et 6214	Mouchoirs, pochettes, châles, écharpes, foulards, cache-nez, cache-col, mantilles, voiles et voilettes et articles similaires:		
	brodés	Fabrication à partir de fils <sup>(24)</sup> :	Fabrication à partir de tissus non brodés dont la valeur n'excède pas 40 % du prix départ usine du produit <sup>(24)</sup>
	Autres	Fabrication à partir de fils <sup>(25)</sup> <sup>(26)</sup> :	Confection suivie par une impression accompagnée d'au moins deux opérations de préparation ou de finissage (telles que lavage, blanchiment, mercerisage, thermofixage, lainage, calandrage, opération de rétrécissement, fini permanent, décatissage, imprégnation, stoppage et épincetage), à condition que la valeur des marchandises non imprimées des n°6213 et 6214 utilisées n'excède pas 47,5 % du prix départ usine du produit

Comme l'indique le tableau ci-dessus, il suffira donc que les vêtements soient confectionnés dans ces pays africains, quelle que soit l'origine des tissus utilisés, par exemple chinois, pakistanais ou indiens, pour entrer dans les marchés de l'Union européenne sans payer des droits de douane.

Une telle disposition est refusée depuis des années aux industriels de l'habillement du Maroc et de Tunisie.

Pourquoi cet ostracisme européen à l'égard du Maghreb ?

Pourquoi refuser au Maroc et à la Tunisie ce que l'on accorde à l'Afrique Noire et à divers pays asiatiques qui, tels la Turquie, le Myanmar ou le Cambodge, ne sont pourtant pas des modèles de vertu en matière de démocratie et de respect des droits de l'homme ?

Les farouches opposants textiliens européens à l'assouplissement des règles douanières en faveur du Maghreb se tirent une balle dans le pied en affaiblissant leurs partenaires économiques méditerranéens et prennent aussi une lourde responsabilité devant l'Histoire en favorisant deux des grands fléaux de l'Europe : le terrorisme et l'immigration sauvage ; ceci sous le regard complaisant et peu responsable de l'Union européenne.

Monday, March 23, 2020

# Factories won't shut down without PM's direction: state minister

Trade unions demand immediate closure with wages

[Staff Correspondent](#) | Published: 01:14, Mar 22,2020

State minister for labour Begum Monnujan Sufian on Saturday said that the production in the garment factories would continue unless prime minister Sheikh Hasina directed them to shut down.

In a meeting with the readymade garment factory owners in the wake of the spread of COVID-19 in the country, the state minister said that no one should think about the closure without any direction from the prime minister, meeting sources said.

Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association president Rubana Huq, former presidents M Siddiqur Rahman and Abdus Salam Murshedy, Bangladesh Knitwear Manufacturers and Exporters Association president Salim Osman and vice president Mohammad Hatem, among others, attended the meeting held at Shrama Bhaban in the capital.

Officials in the meeting said that factory owners expressed their eagerness to keep factories open as long as they had supply orders.

They also sought support from the government to pay wages and allowances to the workers during upcoming Eid festivals.

'Factories will continue production and the labour ministry will hold another meeting with trade union leaders tomorrow,' Rubana Huq told reporters after the meeting.

The labour rights groups, however, demanded immediate leave of workers with wages to protect the country's labour intensive industry from COVID-19 that killed two people and infected 24 so far in the country.

Garment Workers Trade Union Centre on Saturday urged the government and factory owners to be sensible to protect workers from the viral pandemic and demanded immediate leave of garment workers with wages.

The union centre's president Montu Ghosh and its general secretary Jolly Talukder in a press release urged the factory owners not to announce any lay-off in their factories and to allow leave with full wages.

They said that wages and allowances for the month of February still remained outstanding in many garments factories and it should be cleared before the announcement of any factory closure.

In every crisis, factory owners gain cash incentives and policy supports but workers always remain deprived, the union centre said, and factory owners should give up the mentality to deprive workers during any pandemic.

Bangladesh Garment Shramik Sanghati president Taslima Akhter and general secretary Julhasnayeen Babu on Saturday demanded temporary closure of garment factories to protect the workers from the infection of COVID-19.

They urged the government and factory owners to allow immediate leave for the workers with wages to protect thousands of workers and the readymade garment sector.

The organisation in its press release said that the government should strictly monitor the commodity prices, house rent and vehicle cost so that workers were not affected with the price hike.

National Workers Federation on Saturday demanded daily essentials and sanitizers for workers for one month.

The organisation said that if it was necessary to shut down factories due to the viral outbreak, the factory owners must ensure wages to the workers.

Bangladesh Garment Workers' Rights Movement demanded closure of garment factories and to pay the monthly wages to the workers.

The platform of labour rights groups on Friday in a meeting expressed concern over the viral pandemic in the country and urged the government to announce immediate closure of garment factories to protect workers from the pandemic.

# Garment factories in Bangladesh lose orders worth \$1bn

European and US buyers cancel contracts as coronavirus destroys big fashion houses' demand for clothing

23 MARCH 2020 -



Workers sort clothes at a garment factory in Savar, Bangladesh. Picture: REUTERS / ANDREW BIRAJ

Sri Ganganagar — European and US buyers, including the budget fashion chain Primark, have cancelled about \$1bn of Bangladesh garment orders as the coronavirus outbreak roils demand.

As many as 347 Bangladesh garment factories have seen orders getting scrapped, Asif Ibrahim, director at the Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association, said.

While Bangladesh, the world's biggest garment exporter after China, has been relatively unscathed with 27 virus infections so far, order cancellations may hit the economy hard. Ready-made clothing factories employ 4-million people and the industry accounts for 13% of the south Asian nation's GDP.

"I urge you all to kindly steer through this crisis together," Rubana Huq, president of the exporters' group, wrote in a letter to retailers urging them not to cancel orders. "Let the production go on. In case of urgency, we can accept deferred payment."

The order cancellations are a setback for Bangladesh, which has been making steady economic gains with growth set to expand more than 7% for the fifth straight year, according to a pre-virus forecast from the IMF.

The administration headed by Prime Minister Sheikh Hasina has spearheaded policies that had boosted per capita income, which the IMF estimated to be \$1,906 last year, almost on par with India's \$2,172.

Primark, which has no online sales, is using a force majeure clause in its contracts to cancel orders, Britain's Sunday Times reported citing CEO Paul Marchant. Primark operates 376 stores in 12 countries.

"For Bangladesh, the main exposure is reliance on exports to Europe and the US, which are likely to slow sharply," Moody's Investors Service said in a statement last week that kept the nation's credit rating at Ba3, a junk rating.

"However, Moody's expects the shock to be temporary, with supply chains and demand starting to recover later this year," the agency said.

The global number of coronavirus cases doubled in a week to more than 300,000, with about 13,000 dead.

The slowdown in the US — JPMorgan Chase expects GDP to shrink at an annualised rate of 14% in the April-June period — and Europe may delay Bangladesh's goal of doubling total exports to \$72bn by 2024.

*Bloomberg*

# L'industrie du vêtement au Cambodge est suspendue à un fil

By

Jules Laurent

-

13 mars 2020

L'industrie du vêtement au Cambodge fait face à des fermetures généralisées à la fin du mois de mars alors que l'épidémie de coronavirus maintient les fournisseurs de textiles en Chine fermés, coupant ainsi l'approvisionnement en matières premières.

Fin février, dix usines du pays d'Asie du Sud-Est avaient déjà suspendu leurs opérations. "En mars, nous pouvons voir jusqu'à 200 usines et entreprises à court de matières premières", a déclaré le 27 février Heng Sour, porte-parole du ministère du Travail du Cambodge. "Le pire des scénarios est qu'environ 160 000 travailleurs seront affecté."

L'industrie du vêtement au Cambodge emploie environ un million de travailleurs à temps plein.

La Chine est le plus grand producteur de textile au monde, mais nombre de ses usines n'ont pas pu reprendre leurs activités après les vacances du nouvel an lunaire en raison de la propagation du coronavirus.

Le Cambodge achète plus de 60% de ses textiles en Chine, a déclaré Ken Loo, secrétaire général de la Garment Manufacturers Association au Cambodge. Il n'est pas possible de se déplacer rapidement vers l'Inde et d'autres pays pour s'approvisionner en grande partie de ce matériel, a-t-il déclaré.

L'arrêt de l'approvisionnement en matières premières affecte également l'industrie du vêtement au Vietnam voisin. "Il est vrai qu'une partie de la production est retardée", a déclaré le 5 mars Osamu Ikezoe, chef de l'exploitation d'Uniqlo Vietnam, aux journalistes. Uniqlo, opéré par Fast Retailing au Japon, a ouvert son premier magasin à Hanoi le 6 mars.

Les négociations avec les fournisseurs chinois de matières premières ont assuré qu'aucune pénurie ne se produira lors de l'ouverture du magasin, a déclaré M. Ikezoe. Mais «quant à l'avenir, le calendrier de production en mars et avril est en partie retardé».

Uniqlo a ouvert son premier magasin à Hanoi au milieu des inquiétudes concernant le coronavirus © Tomoya Onishi

Bien que les preuves suggèrent que le taux d'infections en Chine a peut-être atteint un pic, les travailleurs y restent soumis à des restrictions de transport et la reprise de la logistique dans le pays a été lente.

Les grandes marques européennes de vêtements, dont Zara en Espagne et Hennes & Mauritz en Suède, sous-traitent la production à des fabricants cambodgiens. Étant donné que les entreprises de vêtements vendent des articles saisonniers, un retard dans l'approvisionnement en produits pourrait entraîner des opportunités de vente manquées et des bénéfices réduits.

L'industrie du vêtement au Cambodge a déjà été frappée par le récent retrait de certains privilèges commerciaux par l'UE. Depuis 2001, le pays a augmenté ses exportations vers l'UE dans le cadre du programme «Tout sauf les armes», qui accorde à une liste des pays les moins avancés un accès nul et sans contingent au marché unique de l'Union pour presque toutes les exportations.

Les exportations du Cambodge vers l'UE ont presque doublé, représentant environ 45% du total du pays en 2018.

Mais l'UE a intensifié ses critiques à l'encontre du gouvernement et du Premier ministre autoritaire Hun Sen. Les problèmes incluent l'exil effectif du chef de l'opposition Sam Rainsy et la dissolution du Parti de sauvetage national du Cambodge, le plus grand parti d'opposition du pays.

Après un examen d'un an, l'UE a décidé le 12 février de retirer certaines des préférences tarifaires accordées au Cambodge dans le cadre du régime TSA. Le retrait, qui entrera en vigueur en août, couvre les vêtements ainsi que le matériel de voyage, le sucre et d'autres produits évalués à environ 1 milliard d'euros par an – un cinquième des exportations totales du Cambodge.

Le Cambodge a évité le pire des scénarios de sanctions de bout en bout, a déclaré Hiroshi Suzuki, directeur général et économiste en chef du Business Research Institute for Cambodia, un groupe de réflexion à Phnom Penh.

Pourtant, le stress monte et les emplois du vêtement se perdent progressivement.

Le gouvernement cambodgien s'est engagé à indemniser les travailleurs de plus de 60% du salaire minimum s'ils perdent leur emploi. En vertu de cette politique, les employeurs paient environ 40 pour cent du salaire minimum tandis que le gouvernement couvre environ 20 pour cent.

Mais comme il semble peu probable que les usines textiles chinoises retournent à leur plein fonctionnement de sitôt, les syndicats expriment leur scepticisme quant à la capacité des entreprises à continuer à fournir cette compensation pour le chômage.

Le Cambodge a maintenu une croissance économique élevée d'environ 7% sous Hun Sen, son administration acceptant activement les investissements des entreprises chinoises. Mais cette énorme présence chinoise a rendu le Cambodge plus vulnérable que ses voisins aux perturbations de la chaîne d'approvisionnement.

La production intégrée, du fil au textile en passant par les produits finis, est une forme d'entreprise idéale pour l'industrie du vêtement. Mais le processus en amont de fabrication de fils et de textiles nécessite de lourds investissements. L'industrie du vêtement au Cambodge est confrontée à une tâche difficile si elle s'efforce de réduire sa dépendance à l'égard de la Chine.

## Coronavirus: l'industrie du vêtement au Cambodge et au Vietnam menacée



Le 12 mars 2020

Le coronavirus "a secoué l'économie mondiale", a déclaré lundi le premier ministre du Cambodge, Hun Sen, s'inquiétant en particulier pour le secteur de l'habillement, part importante de l'économie cambodgienne, menacé par la fermeture des usines chinoises.

Ce secteur qui représente 7 milliards de dollars dépend en effet pour 60% de son approvisionnement en matières première chinoises.

Le Cambodge commence déjà à en ressentir les effets. Le ministre du Travail avait annoncé la semaine dernière qu'une dizaine d'usines avaient dû réduire leur production et mettre 3.000 ouvriers en chômage technique.

Mais l'impact devrait surtout se faire sentir à partir de mars quand quelque 200 usines, employant 160.000 personnes, soit 20% du secteur, devraient arriver au bout de leur stock de matières premières.

M. Hun Sen a déclaré avoir demandé à la Chine d'envoyer de toute urgence vers son pays les matières premières nécessaires. Un responsable du ministère du Travail a expliqué lundi à l'AFP qu'ils espéraient en recevoir d'ici fin mars, mais pas assez.

Au Vietnam, le pays pourrait perdre jusqu'à 2 milliards de dollars si les matières premières chinoises n'arrivent pas avant quinze jours, a expliqué Le Tien Truong, directeur général de la compagnie Vinatex, cité par les médias d'Etat.

Comme au Cambodge, l'industrie de l'habillement vietnamienne dépend à 60% des matières premières chinoises.

Le virus provoque également des problèmes à l'exportation vers la Chine.

A Lang Son, dans le nord du pays, les camions doivent souvent attendre des heures, parfois des jours, pour passer la frontière.

Et de l'autre côté, le manque de personnel chinois fait qu'il faut parfois une journée entière, au lieu d'une heure habituellement, pour décharger la marchandise.

Le problème ne touche pas que les produits manufacturés. Des camions remplis de fruits et légumes doivent également attendre parfois pendant des jours, pendant que leurs conducteurs, vêtus de combinaisons de protection, vérifient leur état de fraîcheur.

## Covid-19 brings chaos to textile industry

[May Kunmakara](#) | Publication date 25 March 2020 | 02:23 ICT



GMAC has urged factories not to suspend shipments of goods that have already been produced and those in production. POST STAFF

The Garment Manufacturers Association in Cambodia (GMAC) on Tuesday urged factories not to suspend shipments of goods that have already been produced as well as those in production.

It said it was important for the Kingdom to maintain production and exports to sustain the industry during the Covid-19 pandemic.

The call from GMAC came after some key buyers from the US and Europe, such as H&M, Zara, Mango, Primark, Macy's and J.C. Penney announced last week a halt to production since the pandemic has caused a decrease in global demand.

The GMAC said: "The current global pandemic of Covid-19 has brought chaos to all our lives and businesses. To overcome this critical situation, GMAC appeals to all stakeholders to join hands so that we can survive together," it said.

"To all the buyers, please don't give up on Cambodia. We urge you to fulfil your existing contractual obligations by taking delivery of already produced goods and goods currently in

production and pay under the regular terms. This will allow us to pay our workers and continue the work for them.

“To all factories, workers’ safety comes first! Please continue to stay vigilant and maintain high levels of hygiene as a preventive measure at the workplace in order to protect our workforce and help prevent the spread of the virus.

“Please ensure your workers understand and strictly follow the guidelines and regulations issued by our government.

“Together, we can surely overcome this pandemic, protect our lives and ensure the survival of our businesses.”

The GMAC also called on all Workers and Unions to have confidence in the preventive measures being implemented at the workplaces.

According to Sourcing Journal published on March 18, H&M, Zara, Mango, Primark, Macy’s and J.C. Penney are just some of the buyers which halted production, leaving vendors at a loss for next steps, and others in the supply chain at risk of losing their jobs.

According to Sourcing Journal, H&M announced on last Tuesday that it would temporarily close all its stores in the US and Germany, as well as all stores in Canada, Portugal and Belgium.

These closures followed the

retailer’s Monday announcement that all stores in Switzerland, Greece, Slovakia, Lithuania, Peru, Ukraine, the Philippines, Malaysia and Cyprus are now closed, too.

“At this point it is therefore, necessary to temporarily hold back on previously planned orders.

“Our long-term commitment to suppliers will remain intact, but in this extreme situation, we need to respond fast, together with our business partners, and make decisions that can be difficult in the short-term, but necessary in the long-term.

“We will start placing orders again as soon as the situation allows,” said their announcement as quoted in Source Journal.

GMAC secretary-general Ken Loo confirmed to The Post on Tuesday that presently, many buyers are suspending and cancelling orders and even refusing to take delivery of orders already produced or currently in production.

“In recent days, many buyers have started to enact drastic measures in response to the developments of the Covid-19 pandemic.

“These include immediate order cancellations and declining to accept delivery of orders currently in production and even those that have been produced but are yet to be shipped.

“This will severely impact the cash flow of factories as we will not be able to sell our products or receive payments or compensation for them.

“The most direct and immediate consequence is that factories will struggle to pay the wages of workers,” he said.

Currently, Cambodia has over 500 textile factories employing more than 700, 000 workers. Last year, the textile industry made up 70 per cent of the kingdoms’ total exports valued at \$7.5 billion.

# Is Cambodia's clothing industry unravelling?

25 MARCH 2020 BY [EMILY SUTHERLAND](#)



Drapers examines the future of Cambodian garment sourcing following the European Union's decision to withdraw trade privileges.

Serious and systemic human rights violations have resulted in the European Union suspending Cambodia's special trade preferences – a body blow for the country's growing garment-making industry, which is now being exacerbated by the coronavirus outbreak.

Last month, the European Commission partially withdrew tariff preferences granted to Cambodia under the EU's "Everything But Arms" (EBA) scheme. EBA grants "least developed countries", such as Ethiopia, Bangladesh and Myanmar, duty- and quota-free access to the European single market.

The withdrawal of tariff preferences from Cambodia will affect selected garment and footwear products, as well as sugar and all "travel goods". Unresolved criminal cases against trade unionists and the deterioration of democracy in the country were chief among the EU's concerns. The preferences will be replaced with EU standard tariffs from August.

"The duration, scale and impact of Cambodia's violations of the rights of political participation and to the freedoms of expression and association left the EU with no other choice than to partially withdraw trade preferences," said Josep Borrell, high representative for foreign affairs at the European Commission. "The EU will not stand and watch as democracy is eroded, human rights curtailed, and free debate silenced."

## Growth story

Cambodia has been growing as a garment manufacturing hub since the 1990s, thanks to foreign investment and preferential trade agreements – including EBA. Nike, for example, has 12 factories and employs 37,540 people in Cambodia. VF Corporation sources 11% of its products from Cambodia.

However, concerns about the treatment of workers within the Cambodian clothing industry have been building. There have been reports from the *Observer* of mass fainting, possibly as a result of high temperatures, hunger or exhaustion, among garment workers in Cambodian factories.

Brands that manufacture in the country, including Nike, Adidas, Levi's, VF Corporation and Tommy Hilfiger owner PVH wrote an open letter to the Cambodian government last year urging it to improve labour standards or risk trade sanctions.

## The Cambodia decision couldn't hit the country at a more challenging time [amid the impact of coronavirus]

Tristan Haddow, chief executive of clothing supplier Haddow Group

Punishing Cambodia by withdrawing tariff preferences is likely to pose serious problems for its economy. The EU is the country's largest trading partner, and accounted for 45% of its exports in 2018. Exports to the EU from Cambodia hit €5.4bn (£4.7bn) in 2018 – more than double the €2.5bn (£2.1bn) in 2013. Almost all (95.7%) of those exports entered the EU under the EBA tariff preferences.

Tens of thousands of workers – many of them women who support young families – are likely to lose their jobs as a result, the Garment Manufacturers Association in Cambodia (GMAC) has warned. It estimates the country's clothing and travel good sectors account for about 75% of Cambodia's total merchandise exports, and 90% of exports to the EU.

“Summarily pulling the rug from under the feet of hundreds of thousands of Cambodians is not the way to proceed,” the GMAC said in response to the ruling. “The EU's decision will incentivise buyers to source from countries with far weaker legacies of trade union rights. It will increase poverty in our country and make it more difficult to improve wages and benefits for other workers.”

## Pandemic problems

The impact will be felt more keenly in light of the coronavirus pandemic. Swathes of Cambodia's garment sector are suspending operations or slowing production because of a lack of raw materials from China, as a result of supply chain disruption caused by the outbreak. Nearly 200 factories face a shortage of raw materials, Cambodia's Labor Ministry spokesman Heng Sour warned last month.

Leonie Barrie, apparel analyst at GlobalData, warns that Cambodia's clothing export sector will be “one of the biggest casualties” of the tariff changes: “The move was not unexpected, given that it follows a year-long process by the European Commission, and numerous warnings from fashion brands and retailers over the deteriorating labour and human rights situation in Cambodia,” she explains.

**It is likely that retailers will seek to move their production to other countries that still benefit from duty-free access – for example, Bangladesh and Vietnam**

Adam Mansell, CEO of the UK Fashion and Textile Association

“Additional cost increases as a result of tariffs could undermine the price competitiveness of Cambodia's garment exports, reduce the country's attractiveness as a production base, potentially weaken foreign investment in the sector and even push orders to regional competitors such as Bangladesh. While the EC has clearly tried to strike a balance between commercial interests and ongoing pressure on Cambodian authorities, there's a lot at stake.”

Adam Mansell, CEO of the UK Fashion and Textile Association (UKFT), says retailers are likely to shift production to other sourcing hubs: “As Cambodia has been temporarily removed from the Generalised Scheme of Preferences [the tariff

agreements of which the EBA is part], clothing imports [from the country] will become 12% more expensive on average.

“Given the current state of the high street, it is likely that retailers will seek to move their production to other countries that still benefit from duty-free access – for example, Bangladesh and Vietnam.

“Cambodia’s removal highlights the need for the UK government to publish details of its own Generalised Scheme of Preferences, which will apply from the end of the [Brexit] transition period. It also highlights the need for the UK government to secure trading arrangements with close-to-market centres of manufacturing, such as Turkey.”

## Tough times

Tristan Haddow is chief executive of clothing supplier Haddow Group, which sources robes and pyjamas for some of its clients from Cambodia.

“The Cambodia decision couldn’t hit the country at a more challenging time [amid the impact of coronavirus],” he explains. “The advantage to sourcing from Cambodia is the duty relief, as all the fabrics and trims are still largely in-sourced from China and labour rates are largely comparable [to competing countries.]

“The marginal advantages are largely offset by the cost of doing business in Cambodia and the larger minimum order quantities required. It will be hit hard by the decision.”

## If Cambodia had complied with the EU’s requirements, the country would be a very attractive sourcing destination

H&M Group

And indeed, there have already been consequences. High street heavyweight H&M swiftly announced that it will review its sourcing strategy in the country. The retailer has sourced from Cambodia since the 1990s, and currently works with around 50 factories and suppliers based in the country.

In a statement last month, the retailer said: “Due to the lack of adequate initiatives in developing the Cambodian textile industry and a partial withdrawal of the EBA privileges, we will now further evaluate how the EU’s decision will impact our business and production strategy in Cambodia.

“If Cambodia had complied with the EU’s requirements, the country would be a very attractive sourcing destination. Without an EBA, it will be difficult for Cambodia to create the necessary transformation of the textile industry. It will negatively affect future investments, as well as predictability and trust – two crucially important elements of a well-functioning industry.”

## No choice

However, Laura Moroll, senior manager at consultancy BearingPoint, who specialises in retail, stresses the importance of Cambodia in sourcing: “The question for retailers looking for an alternative is: where else do they go? Cambodia has become a relatively important sourcing player, although not on the same scale as Vietnam or Bangladesh.

“There has been a lot of investment in factories and infrastructure in Cambodia, which makes it a more advanced option when it comes to sourcing capabilities than other countries which are still part of the EBA scheme.”

## The onus is on retailers to guarantee labour conditions are of a high standard in their supply chains

Laura Moroll, senior manager at consultancy BearingPoint

She adds that retailers currently sourcing from Cambodia could take the opportunity to streamline their own processes in order to mitigate the cost impact of higher tariffs – as long as they ensure working conditions are up to scratch.

“The onus is on retailers to guarantee labour conditions are of a high standard in their supply chains. Smart retailers who are working in Cambodia could take the opportunity to make their own operations slicker, because there is so much wastage in the product development process – retailers over-sampling or not having a focused idea of what they want. Retailers could look at where they are eroding margins and quite quickly recoup some of the higher tariff costs.”

Cambodia’s garment industry is likely to be heavily hit by the EU’s withdrawal of trade preferences. Price-conscious retailers could look to shift production to other sourcing hubs, such as Vietnam – which agreed a free trade deal with the EU in February – and Bangladesh.

The top priority for those who plan to continue sourcing from Cambodia is ensuring fair and ethical treatment of factory workers – but there could also be opportunity to make working practices more efficient to offset higher tariffs.

## Textile companies in China see decline in international orders as COVID19 rages globally

By Chen Shasha Source:Global Times Published: 2020/3/25

1



A worker is busy at a textile enterprise in Hangzhou, East China's Zhejiang Province. Photo: cnsphotos

"It will be a tough year for the textile industry," Hu Qinhua, owner of Shaoxing Hongyutong textile company told the Global Times Wednesday. As the COVID-19 pandemic rages overseas, some textile companies in China are suffering a continuing economic loss on foreign trades following the impact of the domestic outbreak.

Hu's company is located in the China Light & Textile Industrial City in Keqiao of East China's Zhejiang Province. As the largest textile distribution center in Asia, the textile city achieved a turnover of 252.689 billion yuan on its online and offline markets in 2019.

But the 2020 prospects are hazy due to the COVID-19 pandemic. According to a recent industry survey, over 78 percent of textile companies in the city feel they are losing orders, and about 65 percent said their customers have canceled orders.

Hu said half of her orders are from overseas customers in European countries and the US, mainly Germany. As the coronavirus infection spikes overseas, her overseas customers either canceled their orders or didn't place new orders, which has hugely impacted her company.

"Some orders from my overseas customers have been produced, but they are now stockpiled in the warehouse," Hu said. "It is hard to evaluate the economic loss currently. We have to wait until the pandemic ends and contact our customers again."

What's worse, domestic supply chain disruptions have continued to test her orders. "Production in dye factories, grey cloth factories have lagged due to the pandemic, which also affected our supplies," she added.

The impact of the outbreak is a chain reaction. Zhou Shuiping, a manager with Shaoxing Baishanchang textile company in Keqiao which produces women's clothing fabrics, told the Global Times some of his garment customers whose products are mainly sold to Japan and South Korea, stopped placing orders since mid-March.

"Usually this is the peak season and we deliver lots of goods every day, but this year there are only a few orders," Zhou said, adding that he has lost more than half of the orders year-on-year.

Foreign trade in China's textile industry started to see decline before the coronavirus surged overseas. According to customs statistics, China's export of textile yarns, fabrics, and products in January and February reached \$13.77 billion, down 19.9 percent year-on-year.

Exports of clothing and related accessories reached \$16.06 billion, down 20 percent year-on-year.

The demands from overseas markets continue to shrink as overseas companies and factories, and even national borders are being closed in a bid to contain coronavirus. Textile companies in China are seeking a change.

"We are stepping up development on new products for summer outfits to explore domestic markets," Zhou told Global Times. "Fortunately, domestic markets are moving, we are receiving orders for March and April now."

Hu's company mainly produces medium and high-end uniform fabrics, such as public security uniforms, military uniforms, business suits, and women's wear. Now she is considering exploring the domestic fabric market of children's cloth.

China is a major exporter of clothing and textile. 60 percent of the world's clothing materials are produced in China, and 20 percent of the international trade of semi-finished goods such as spinning thread, cloth, and zipper buttons is related to China, according to reports.

Mar 20, 2020 11:25 AM  
ECONOMY

## Half of Chinese Retailers Risk Collapse Within Six Months

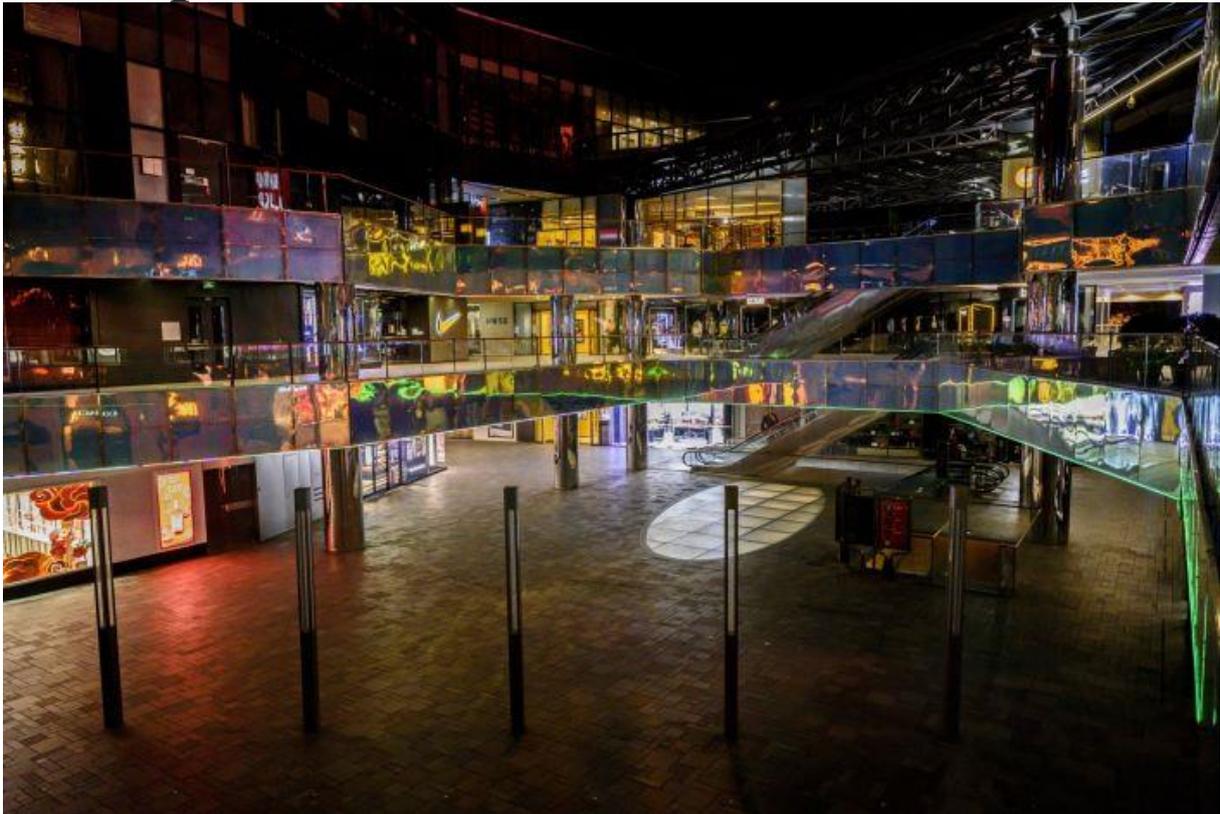


Photo: Bloomberg

(Bloomberg) — Almost half of China’s listed consumer companies don’t have enough cash to survive another six months, underscoring the urgent task Beijing has to re-start its economy and get shoppers spending again. Restaurants are in the worst shape as the coronavirus outbreak has kept consumers at home, with about 60% unable to cover labor and rental costs, according to data compiled by Bloomberg and company reports covering 50 listed firms. Among jewelry and apparel companies, almost half don’t have the cash to last the six months unless demand rebounds sharply, the data show.

While the number of coronavirus infections in China has tapered off and retailers including Starbucks Corp. and Haidilao International Holding Ltd.

have reopened more of their stores in low-risk areas, demand looks unlikely to rebound quickly as consumers remain hesitant to leave their houses after weeks of government warnings about the dangers of mingling with others.

China is also now on guard for a second wave of infections, in part from people traveling back to the country from other affected areas.

Although Chinese factories have resumed production, hopes of a V-shaped recovery in retail and services have waned as the pandemic widens globally, sickening over 210,000 people and killing over 8,700.

Economists now expect \$2.7 trillion to be wiped from the global economy.

Domestically, the largest consumer companies are in a position to stay afloat the longest. Hotpot chain Haidilao has hundreds of millions of dollars to support its business through nine months, and retailers Anta Sports Products Ltd. and Chow Tai Fook Jewellery Group Ltd. can also cover selling and marketing expenses beyond the six months.

Others are facing a reckoning much sooner. Leysen Jewelry Inc. can only cover fixed costs for three months. Fast-food operator Jiumaojiu International Holdings Ltd. and shoemaker Daphne International Holdings Ltd. will run out of cash even sooner if shoppers continue to stay home.

Many of China's small and medium-sized businesses are already collapsing as they run out of cash, but the vulnerability of the publicly listed consumer companies points to greater economic danger, as some of these employ thousands of workers across the country. Store closures and layoffs are expected, said analysts.

“The number of money-losing stores for retailers and restaurateurs could rise as the Covid-19 pandemic continues to weigh on consumer sentiment,” said Bloomberg Intelligence analyst Catherine Lim. “Hikes in operating cash outflow as sales at these shops remain at sub-optimal levels could prompt operators to shut outlets.”

Data released Monday showed retail sales in the world's second-biggest economy **plunged 20.5%** in the first two months of the year, with the catering sector tumbling 43.1%. Services in China have taken a bigger hit than manufacturing. Barclays economists last week estimated a plunge in output of around 70% year-on-year in February, before improving to a

decline of 40-45%. That compares to a decline of 30-35% for manufacturing.

China's government has cut interest rates, ordered banks to boost lending and loosened criteria for companies to restart operations and get the economy back on track. Local governments are also launching stimulus to bring customers out of their homes to spend money.

Anhui, Jiangxi and Jiangsu provinces last week urged officials to take the lead in patronizing restaurants and shopping malls that are opening after weeks of being shut. Nanjing is handing out "consumption coupons" for food and beverages, sports, consumer electronics and books, while citizens in Hangzhou are being treated to free buses and subways.

The efforts come too late to help Song Hongyang, founder of Shenzhen-based restaurant Zui Weng Ting. He shut down operations on March 1 after more than 20 years of business, as he couldn't afford to pay more than 10,000 yuan (\$1,400) rent and staff salaries per day. He and owners of at least three other restaurants nearby are seeking to sell their shops.

"I haven't experienced a tougher time than this, almost zero business," said Song.

Song said the catering business typically doesn't have much cash on hand, with income remaining stable through customer payments but little in reserves. The timing of the virus outbreak dealt a heavy blow to that financial situation, with cases skyrocketing during Chinese New Year, which usually contributes 20% to 30% of annual profits. The closing of shops and containment efforts suddenly cut short the industry's ability to survive, he said.

Larger operators have more options than small business owners like Song, and can leverage their wide presence to lower fixed costs like rent in order to survive the crisis.

"Big operators have better negotiation power with landlords, due to their brand-drawing traffic and also due to the same operator having multiple stores in lots owned by the same landlord," said UOB Kay Hian Ltd analyst Robin Yuen.

Those who can survive longer may see the crisis turn into an opportunity. Competitors will die off and they may have the chance to snap up the smaller operators unable to continue their business.

“We expect smaller players to be more vulnerable due to tight working cash flow, and some players will exit the market, leading to a higher level of consolidation,” said Jefferies analyst Mark Yuan.

**Contact editor Yang Ge** ([geyang@caixin.com](mailto:geyang@caixin.com))

## De grandes marques liées au travail forcé des Ouïghours en Chine (ONG)



(AFP)

Le 12 mars 2020

La Chine a transféré des dizaines de milliers de membres de la minorité musulmane ouïghour, détenus dans des camps d'internement, vers des usines fournissant au moins 80 des plus grandes marques mondiales, affirme lundi 2 mars un centre de réflexion australien dans un rapport détaillé.

Entre 2017 et 2019, plus de 80.000 Ouïghours, détenus dans la région du Xinjiang (nord-ouest), ont été transférés dans des usines "appartenant aux chaînes d'approvisionnement de 83

marques connues mondialement dans la technologie, le textile et l'automobile", affirme l'Institut australien de stratégie politique (ASPI).

"Des usines recourent au travail forcé des Ouïghours dans le cadre d'un mécanisme de transfert encadré par l'Etat (chinois), ce qui entache des chaînes de production à l'échelle mondiale", insiste-t-il dans un volumineux rapport de 56 pages.

Parmi les marques épinglées se trouvent des grands noms de l'électronique (Apple, Sony, Samsung, Microsoft, Nokia...), du textile (Adidas, Lacoste, Gap, Nike, Puma, Uniqlo, H&M...) ou encore de l'automobile (BMW, Volkswagen, Mercedes-Benz, Land Rover, Jaguar...).

De grands groupes chinois sont aussi recensés, parmi lesquels des constructeurs automobiles, mais aussi des fleurons technologiques comme Haier (électroménager), Huawei ou Oppo (smartphones).

Les autorités chinoises ont engagé au Xinjiang une politique de sécurité maximale en réponse aux violences inter-ethniques ayant ensanglanté la vaste région ces dernières années, souvent imputées par les autorités à des séparatistes ouïghours.

Plusieurs organisations de défense des droits de l'Homme accusent la Chine d'avoir interné au Xinjiang au moins un million de musulmans dans des "camps de rééducation". Pékin

dément ce chiffre et parle de "centres de formation professionnelle" destinés à soutenir l'emploi et à combattre l'extrémisme religieux.

Or, selon le rapport du think-tank australien, les ouvriers ouïghours transférés dans des usines dans le reste de la Chine restent privés de liberté et contraints de travailler sous étroite surveillance.

"Les entreprises bénéficiant du travail forcé des Ouïghours dans leur chaîne de production enfreignent les lois qui interdisent l'importation de biens produits en ayant recours au travail forcé", note-t-il.

Le rapport appelle les groupes épignés à "conduire des enquêtes immédiates et approfondies sur le respect des droits de l'Homme dans les usines les fournissant en Chine, y compris avec des inspections et des audits indépendants et rigoureux".

L'AFP a contacté certaines des entreprises concernées par cette accusation. Les autorités du Xinjiang et le ministère des Affaires étrangères n'étaient pas disponibles dans l'immédiat pour réagir.

Officiellement, le gouvernement reconnaît transférer des "forces de travail excédentaires" du Xinjiang vers d'autres régions au nom de la lutte contre la pauvreté.

# Textile : comment le groupe Lectra construit son offre de mode à la demande

Par Jean-Philippe Déjean | 24/03/2020, 10:45 |



Dans la boutique laboratoire de Lectra, le futur trench coat, aux mensurations du client, vient de passer du gris au rouge pour voir l'effet produit. (Crédits : Agence Appa/Eric Barrière)

**Au cœur de l'industrie 4.0 dans la confection textile, un projet fou se développe : celui de la mode à demande. Pas vraiment du sur-mesure mais plus du tout du prêt-à-porter. En offrant à la clientèle la possibilité de personnaliser le vêtement de ses rêves avant qu'il ait été fabriqué, Lectra, qui a rejoint un consortium nordiste de pointe sur le sujet, entend lutter contre le gaspillage que représentent les invendus. Ainsi, le groupe a monté une boutique futuriste dans son Laboratoire d'innovation, au cœur de son centre névralgique girondin, à Cestas.**

Daniel Harari, le PDG de Lectra, l'a souligné à plusieurs reprises : l'horizon de son groupe, leader mondial de la conception et de la fabrication des systèmes de découpe de matériaux souples (cuir, tissus...) les plus avancés au monde, c'est désormais l'usine 4.0. Lectra, qui concentre à Cestas (Gironde) son unité recherche et développement, l'assemblage des systèmes et la vitrine technologique internationale, a réussi à prendre l'avantage sur son concurrent américain Gerber

en refusant de se délocaliser en Chine au début des années 2000 et en mettant l'accélérateur sur l'innovation.

Au prix d'une réorganisation interne de grande ampleur menée avec succès par Laurence Jacquot, ex-directrice du site de Cestas désormais en charge de la direction « customer success » (satisfaction client -NDLR), pour réduire drastiquement les coûts, qui s'est avérée déterminante et a permis à Lectra de rester en France. L'an dernier Lectra a réalisé un chiffre d'affaires de 280 M€ avec près de 1.800 salariés, dont environ 700 à Cestas.

### ***"Nous en sommes au début du début de quelque chose"***

En mars 2019, il y a presque un an jour pour jour, le site girondin de Lectra, entreprise de taille intermédiaire (ETI) hors norme, a inauguré son Lab Innovation. Un laboratoire de l'innovation dont le patron, Philippe Ribera, a ouvert les portes à la presse le 10 mars dernier. Ce laboratoire au cœur de la R&D de Lectra joue un rôle crucial dans la nouvelle stratégie industrielle du groupe.

*"Nous sommes engagés dans l'industrie 4.0. L'industrie 4.0 on en parle beaucoup mais elle n'est pas encore là. Nous en sommes au début du début de quelque chose. C'est l'un des chantiers en cours dans le secteur de la mode, où l'on s'efforce de digitaliser la « supply chain » (chaîne d'approvisionnement -NDLR). Or, la mode a la particularité d'avoir la supply chain la plus complexe du monde", expose le directeur du Lab Innovation.*

Matières, coupes, teintures, parements, boutons... la liste des options dans la confection pourrait effectivement sembler infinie. Au cœur de cette révolution en marche se trouve un nouvel enjeu à très haut potentiel technologique, dont Daniel Harari a déjà eu l'occasion de parler : la « Fashion on demand by Lectra » ou Mode à la demande par Lectra. Un objectif auquel s'intéressent d'autres entreprises du secteur de la confection dans le monde mais aussi en France, comme Mue Mesures à Paris.



*Philippe Ribera au coeur du Lab Innovation (Agence Appa/Eric Barrière)*

## Un tout nouveau processus de choix et de fabrication des vêtements

*"La « Fashion on demand » c'est la capacité pour le client d'un magasin de mode de passer une commande via le cloud (cloud computing : informatique dématérialisée/en nuage -NDLR) pour obtenir un vêtement customisé selon ses attentes, qui sera fabriqué automatiquement. Ce n'est pas du sur-mesure, puisqu'il s'agit de jouer sur les couleurs ou certains détails, comme la présence ou non d'une pochette, etc.", indique Philippe Ribera.*

Présentée de cette façon, cette innovation aurait presque l'air simple si elle n'impliquait une refonte totale des points de vente et l'émergence d'une nouvelle façon d'acheter pour le client. Puisqu'avec la mode à la demande, la personnalisation et l'essai virtuel des vêtements ne sont que le dernier acte d'un processus, qui est précédé par une prise millimétrique des mesures du corps, appelées taillant, et leur archivage numérisé.

*"L'idée c'est d'expérimenter des endroits où le consommateur peut interagir avec la production. Pour y arriver nous avons fait plus de 30 POC (proof of concept ou démonstration de faisabilité -NDLR), rencontré 20 marques pour contribuer au projet et organisé 30 ateliers participatifs", rembobine Philippe Ribera.*

## La haute technologie pour lutter contre les invendus

Cet engagement très volontariste de Lectra sur le futur marché de la transformation numérique du point de vente, et de la personnalisation digitalisée des vêtements répond aux préoccupations de la filière textile. Lectra a ainsi rejoint un consortium dont les deux autres membres moteurs sont des structures nordistes d'une filière textile qui doit beaucoup au pays flamand : le Ceti (Centre européen des textiles innovants), à Tourcoing (Lille Métropole), et l'Ensait (Ecole nationale supérieure des arts et industries textiles), à Roubaix (Lille Métropole). Avec cette personnalisation des vêtements en boutique, l'objectif est de coller au plus près des attentes de la clientèle et de réduire drastiquement les pertes de matière, sachant que 20 % des vêtements neufs finissent à la poubelle faute d'acheteurs...



*A partir de la numérisation du morceau de cuir posé sur le demi-cylindre (au premier plan) l'intelligence artificielle génère une jupe en 3D simulant les effets matière (photo Agence Appa/Eric Barrière).*

C'est l'objectif de ce design 4.0 développé au Ceti et à l'Ensait, qui s'articule notamment sur la conception à zéro perte (zero waste design) et la personnalisation de masse. La technologie déployée sur la mode personnalisée par Lectra dans son Laboratoire d'innovation s'appuie ainsi sur une stratégie de filière à grande échelle. Déclinée en particulier par Ceti sur les axes suivants : « matières et produits smart et éco-responsables haut de gamme, collaboration 3D/Développement produits, le bureau d'étude centre décisionnel, prototypage 3D, réalité virtuelle ».

### **Une machine recueille toutes les mensurations**

Avec son expertise mondialement reconnue en R&D appliquée à la confection et à la gestion de collections, le groupe Lectra est un partenaire industriel sans équivalent pour le Ceti et l'Ensait. C'est ainsi que Lectra est au cœur du développement du projet Digtex, validé par le Fonds unique interministériel (FUI), cofinancé par l'Etat, les régions Hauts-de-France et Nouvelle-Aquitaine, pour un montant total de l'ordre de 4 M€, dont notamment 1,2 M€ au titre du Ceti et de l'Ensait, et 600.000 euros pour Lectra et la Région, via le Feder (fonds européen de développement régional).



*Ce mètre numérique bascule instantanément les mesures prises dans le système digital de la boutique (Agence Appa/Eric Barrière).*

Schématiquement, le client qui arrive dans la boutique formatée par Digtex commence par faire réactualiser son taillant. Il passe ainsi dans une cabine où son poids, ses tours de taille, de poitrine, etc., sont réactualisés par une machine dotée d'un algorithme taillé sur mesure pour l'opération. "Les données sont anonymisées" tente de rassurer, sans trop de succès auprès des journalistes, Jean-Michel Roiné, chef du projet Digtex, responsable de l'offre maroquinerie à Lectra. Une fois l'étape des mesures passées, le client peut voir apparaître le

vêtement qu'il veut acheter, en l'occurrence un trench coat, qui lui sera proposé en deux couleurs différentes, avec ou sans capuche... avec à chaque fois un prix réactualisé.

## **L'innovation dans le marketing au cœur de la bataille**

Un espace dédié à la réalité virtuelle va ensuite lui permettre d'essayer virtuellement le vêtement. Un service qui devrait s'appliquer aux magasins moyen/haut de gamme, jusqu'ici hors du circuit de la personnalisation.



*Philippe Ribera avec à l'écran le cofondateur de Retviews, Loïc Winckelmans (Agence Appa/Eric Barrière).*

*"Nous ne pouvons pas encore dire combien coûtera ce service, parce que nous n'en saurions rien avant qu'il soit parfaitement au point et déployé en boutiques",* recadre Jean-Michel Roiné. Le PDG du groupe Lectra, Daniel Harari, l'a également souligné. En 2020, Lectra devrait prendre le contrôle de trois à cinq startups supplémentaires. Cet objectif, qui pourrait sembler d'une simplicité biblique vu d'avion, s'apparente en réalité à un vrai parcours du combattant pour les équipes du Laboratoire d'innovation, témoigne Philippe Ribeira.

Parce que Lectra a des objectifs très exigeants et ratisse un créneau technologique encore d'avant-garde : l'innovation de pointe dans le marketing. Un secteur qui relèverait presque de la magie, puisqu'il s'agit de décrypter avec précision les tendances, les envies des clients. Ce fantasme n'en est plus vraiment un depuis que la numérisation engloutit des pans toujours plus gigantesques de l'activité économique et de la vie sociale.

## **Retviews analyse le marché de la mode en temps réel**

C'est ainsi qu'en 2019 le groupe Lectra a pris le contrôle de la startup Retviews à Bruxelles, spécialisée dans les études de marché en temps réel pour le monde de la mode. Acquisition qui fait suite à la prise de contrôle en 2018 de la startup italienne Kubix Lab. Cofondateur de Retviews, avec Lorenzo Pellizzari, Loïc

Winckelmans est intervenu en direct depuis la Belgique pour préciser que son entreprise fondée en 2017 compte 25 personnes, dont 15 à Bruxelles et 10 à Bucarest.

Soulignant que Retviews développe des outils d'intelligence artificielle, qui sont mis au service des forces de vente et appliqués en particulier à l'analyse en continu des offres commerciales sur le marché de la mode, afin de permettre à ses clients de se positionner de façon optimale par rapport à la demande. Philippe Ribera a expliqué à quel point il était délicat d'intégrer une startup dans un groupe sans compromettre la culture d'origine de la jeune entreprise. De fait, le patron du Lab Innovation a précisé qu'il avait fallu six mois pour trouver la bonne accommodation entre les deux cultures d'entreprises, ce qui fait que Retviews, déjà opérationnel sur ses marchés, n'est qu'au début de sa collaboration avec Lectra.

*"Nous recherchons nos nouveaux clients parmi des entreprises liées à la mode réalisant 60 à 70 M€ de chiffre d'affaires. Dès qu'il y a planification de collection nous sommes intéressés",* a éclairé Loïc Winckelmans, qui a précisé que Retviews ne ciblait pas d'entreprises au-delà de 70 M€ de CA, car « ça devient trop compliqué ». Retviews compte parmi ses clients des marques comme Pimkie, Naf Naf ou Etam. Il a fallu des mois aux équipes de Lectra pour dénicher Retviews. Autant dire que la tâche au programme de 2020, avec le recrutement de trois à cinq nouvelles startups, ne sera pas de tout repos.

## La stratégie d'Intersport pour monter en puissance sur le digital

PUBLIE LE 12/03/2020

**L'enseigne a entamé depuis quatre ans un vaste chantier pour faire converger le digital et son parc de magasins. Matthieu Pellet, directeur digital et CRM en charge de la transformation numérique d'Intersport, revient sur la stratégie menée par la coopérative.**



76 % du business d'Intersport passe par des clients possédant la carte de fidélité de l'enseigne sportive.

Tous les retailers sont confrontés à la même problématique : comment faire le lien entre le digital et les magasins ? Intersport n'échappe pas à la règle et a entamé depuis quatre ans plusieurs chantiers en ce sens, « Nous avons travaillé, d'un côté, la visibilité et le trafic. De l'autre, nous avons initié le digital à la performance pour qu'il devienne un accélérateur de business », pose Matthieu Pellet, directeur digital de l'enseigne dédiée aux articles de sport. Qui assure que la stratégie est gagnante,

en s'appuyant sur le chiffre d'affaires du groupement qui ne cesse de progresser et grignote des parts de marché à son concurrent de poids et leader du secteur, Décathlon.

## **Des briques ajoutées successivement**

Le directeur de la transformation numérique admet avoir fonctionné à l'envers des autres acteurs, en ajoutant des briques successives pour construire sa stratégie en ligne. D'abord, en 2017, la e-reservation est proposée sur quelques articles du site, puis le click and collect s'ajoute. La livraison à domicile devient possible depuis deux entrepôts (près de Lyon et de Nantes) et est maintenant disponible depuis une soixantaine de magasins, le dispositif étant amené à s'étendre sur une large majorité du parc composé de 690 magasins.

En parallèle, pour mener à bien le ship-from-store ( livraison depuis le point de vente) le site en ligne de l'enseigne est passé de 300 références en 2017 à 70 000 à présent ! Une démarche rendue possible notamment grâce à un travail sur la data.

## **Une collaboration étroite avec Google**

« 76 % de notre business passe par des clients porteurs de notre carte de fidélité, ce qui nous donne accès à une masse de données considérable ! », souligne Matthieu Pellet. L'enseigne a œuvré avec l'agence Celsius pour exploiter au mieux cette mine d'or et s'est tourné vers de nombreuses solutions déployées par Google, acteur incontournable dans le domaine.

Intersport a d'abord travaillé sur la mise en place de campagnes Search pour référencer l'enseigne et couvrir le marché de la vente d'article de sport sur internet. Elle a ensuite cherché à générer des conversions à plus long terme, grâce notamment à Google Shopping et Google Ads, dans le but de piloter par la performance. Cette tactique permet d'assurer à l'enseigne sportive une présence à toutes les étapes du parcours client. Elle accroît également les performances de ses campagnes axées sur la conversion au moyen d'une action réalisée sur la rentabilité des campagnes, mesurée en offline et online.

## **ROI 5 fois plus important**

Avec Google Analytics, Intersport observe les effets des solutions Google Ads sur son trafic web-to-store. « Notre retour sur investissement est cinq fois supérieur en prenant en compte les ventes en magasins par rapport aux ventes en ligne seulement, et le panier moyen est une fois et demie plus important quand le client achète en magasin suite à une visite sur notre site Internet », précise Matthieu Pellet. Sur l'activité "montagne", entre 2017 et 2018, les conversions ont augmenté de 300% et leurs coûts ont diminué de 50% grâce à Google Ads. Dans le même temps et sur la même activité sportive, le chiffre d'affaires a fait un bond de 30%. Sur le Search, l'enseigne a multiplié ses investissements par 8 entre 2017 et 2019.

Pour travailler le trafic, l'enseigne a en outre adopté des local campaigns, développées par Google : « C'est un de nos outils qui progresse le plus auprès des distributeurs », précise François Lovitton, directeur retail pour Google France. Ce dispositif associe de la donnée consommateur à des campagnes sur Youtube. Les clients fidèles ou plus éloignés de la marque sont ici exposés à des messages différents.... Avec succès, assure Intersport, qui ne dévoile pourtant aucun chiffre pour attester du succès de la solution. L'enseigne de sport a aussi travaillé sa présence sur l'appli Waze, aussi aux mains de Google, et a mené, en outre, tout un chantier avec Facebook pour devenir plus performant sur le marketing local.

## Habillement et accessoires : quelles entreprises ont le plus la cote auprès des salariés ?

BRUNO DECLAIRIEUX PUBLIÉ LE 06/03/2020 À 10H22

### Encore une année délicate dans le prêt-à-porter.

Selon l'Institut français de la mode, les ventes de prêt-à-porter ont baissé de 15% en valeur entre 2007 et 2018. Et le recul s'est poursuivi l'an dernier. Du coup, les enseignes grand public serrent les coûts et le climat social en est impacté. Apparemment un peu moins chez celles bien notées ici.

Notre classement des entreprises préférées des salariés de l'habillement :



### Les meilleurs employeurs de l'habillement et des accessoires

Search

1	Hermès
2	Louis Vuitton
3	Royer
4	Gémo
5	Lacoste
6	Jennyfer
7	Adidas
8	Christian Dior Couture
9	H & M
10	Okaïdi
11	Celio
12	Etam
13	Chaussea

14	Cartier
15	Kiabi
16	Armand Thiery
17	Mango
18	Maison 123
19	Promod
20	Pimkie
21	Cyrillus VertBaudet Group
22	Groupe Beaumanoir
23	Tape à l'oeil

## La méthode de l'enquête

Statista est un important portail de données qui fournit de nombreuses statistiques et données stratégiques aux entreprises. L'institut, basé à Hambourg, réalise aussi des études de marché et de consommation internationales. Il est notre partenaire pour cette enquête exclusive sur l'image de marque RH des grandes entreprises.

“Sur une échelle de 0 à 10, dans quelle mesure recommanderiez-vous votre employeur à une connaissance ou à un membre de votre famille ?” et “D’après tout ce que vous savez sur les employeurs suivants de votre secteur d’activité, les recommanderiez-vous à une connaissance ou à un membre de votre famille ?”.

A l’automne dernier, ces deux questions ont été posées par Statista à un panel de 20.000 personnes travaillant dans des entreprises de plus de 500 salariés en France. Interrogées en ligne, celles-ci ont pu répondre en toute indépendance, sans que leur direction en soit informée. Une note globale sur 10 a ensuite été calculée par l’institut, avec une pondération logiquement plus importante accordée aux avis des employés sur leur propre société qu’à celui sur leurs concurrents.

Sur les plus de 2.100 groupes recensés au départ, voici les 500 qui ont obtenu les meilleures notes. Si une société n’apparaît pas, c’est soit parce que sa note n’est pas assez bonne, soit parce qu’il n’y a pas eu assez d’avis collectés pour que le résultat soit pertinent.

# Mode : l'inquiétude grandit après un mois de février déjà en fort recul

JEAN-NOËL CAUSSIL |

PUBLIÉ LE 20/03/2020

Les enseignes de textile ont connu un mois de février 2020 difficile. Avec, déjà, pour les grands magasins, un effet coronavirus palpable: leurs ventes ont chuté, durant ce mois, de près de 13%. De quoi tirer la sonnette d'alarme. C'est ici la survie même de bon nombre d'enseignes, agissant dans un secteur en crise depuis plus de dix ans, qui est maintenant en jeu.



Si février a été mauvais que dire de mars alors?

Souvenez-vous. Les magasins étaient encore ouverts. Tous les magasins, s'entend... C'était en février. Il y a trois semaines de cela. Une éternité... Les magasins étaient ouverts, donc, mais les

ventes, pour les enseignes de mode et **habillement**, étaient déjà mauvaises...

Les enseignes de l'habillement membres de l'Alliance du Commerce, qui représente 27000 magasins et 180000 salariés dans le secteur de l'équipement de la personne, ont enregistré, à périmètre comparable, une baisse de 4,7%, internet compris, en février 2020.

Dans le détail, les rayons femme et **lingerie** sont particulièrement touchés, chutant respectivement de 6% et de 6,3%. Le rayon homme résiste mieux, à -1,5%, tandis que les ventes de vêtements pour enfants sont en baisse de 3,9%.

### **La catastrophe, déjà, pour les grands magasins**

Pour ce qui est des circuits de distribution, les réseaux des enseignes de grande diffusion, composés de magasins de grande taille, généralement situés dans la périphérie des villes, sont ceux qui s'en sortent le moins mal : leurs ventes sont en baisse de 0,2%, tandis que celles des chaînes spécialisées chutent de 5,8%. Les grands magasins et les magasins populaires ont été de leur côté particulièrement touchés : la baisse des ventes y est de 12,9%, et c'est là, bien sûr, un effet du Covid-19 puisque les grands magasins réalisent une grande partie de leur chiffre d'affaires grâce à la clientèle étrangère.

Le recul n'épargne personne : les enseignes de la chaussure souffrent également avec, selon des chiffres encore provisoires, indique l'Alliance du commerce, des baisses d'1,9% dans les magasins de centre-ville et de 2,5% dans les grandes surfaces spécialisées.

### **Des mesures d'aides pour « survivre »**

En conséquence, et alors que maintenant les magasins sont tous fermés, l'Alliance du commerce en profite pour rappeler la nécessité de prendre des mesures d'urgence, afin de « permettre aux entreprises de survivre (...). Malgré le recours au chômage partiel et les reports habituels d'échéances fiscales et sociales, les enseignes seront très rapidement confrontées à de graves difficultés de trésorerie. Les banques qui vont bénéficier de la garantie de l'État doivent rapidement accorder les prêts nécessaires à la pérennité des entreprises ». Enfin, « s'agissant du paiement des loyers et des charges locatives », l'Alliance du Commerce appelle les bailleurs « à la responsabilité, sous peine de voir disparaître une partie de leurs locataires et demande l'annulation pure et simple des loyers pour la période où aucune activité n'est possible. »

## Après une cyberattaque, Lise Charmel se place en redressement judiciaire

**L'entreprise, qui a refusé de payer une rançon aux pirates, a perdu plusieurs millions d'euros.**

Par Cécile Crouzel

Publié le 10 mars 2020



Un défilé Lise Charmel en 2016. *Joey Nicles Modeste/MAXPPP/MAXPPP*

Le piratage informatique est décidément à prendre très au sérieux. Le 27 février dernier, toutes les entités françaises du groupe de lingerie haut de gamme Lise Charmel se sont placées en redressement judiciaire. Et ce, non pour des raisons liées à leur activité économique, mais, comme l'explique à l'AFP son directeur général Olivier Piquet, «*pour se mettre à l'abri*» après une cyberattaque. Le 8 novembre, un rançongiciel «*a pris en otage toutes nos données en échange d'une clé permettant de les déchiffrer*», raconte le dirigeant de ce groupe lyonnais comptant 1150 collaborateurs dans le monde. Tous les fichiers, toutes les données et tous les postes étaient alors cryptés.

L'entreprise a refusé de payer une rançon aux pirates pour débloquer la situation, et a préféré reconstruire son système. Ce qui a pris du temps. Ces mois d'arrêt forcé ont engendré *«un manque à gagner encore à préciser mais qui se monte sans doute à plusieurs millions d'euros»*, estime Olivier Piquet. Un choc pour une société aux 60 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2018. Se placer en redressement judiciaire permet à Lise Charmel, propriétaire de la marque éponyme et de Epure, Eprise, Antigél et Antinéa, de souffler : le passif est gelé.

Fin janvier, c'est Bouygues Construction qui subissait une cyberattaque d'ampleur. M6, Fleury Michon ont aussi été touchés pour ne citer que quelques cas médiatisés.

*«Je recommande aux entreprises de systématiquement préparer des plans de secours (plan de reprise d'activité). Et il faut qu'elles portent plainte»*, souligne Fabrice Lorvo, avocat chez FTPA.

# Coronavirus. En Normandie, des entreprises du textile se mobilisent pour produire des masques

Plusieurs entreprises normandes de la mode et du textile se mobilisent. Elles réorientent leur activité vers la production de masques de protection.



Dans les ateliers de Kiplay, près de Flers (Orne), les employées travaillent actuellement à la fabrication de masques. | DRAfficher le diaporama

Ouest-FranceJean-Christophe LALAY. Publié le 19/03/2020 à 17h14

Mobilisation spontanée de plusieurs entreprises de la mode et du textile en Normandie. Marc Pradal est le PDG de Kiplay, à Saint-Pierre-d'Entremont, près de Flers (Orne). Une entreprise spécialisée dans les vêtements de travail. Dès que j'ai compris qu'il y avait des besoins énormes en masques, j'ai sollicité mes équipes pour voir comment nous pouvions nous adapter.



Marc Pradal, PDG de Kiplay. | ARCHIVES OUEST-FRANCE.

Elles ont répondu présentes avec efficacité : Lundi, nous avons travaillé sur un patron ; mardi, nous avons un prototype de masque en tissu lavable grâce au cahier des charges fourni par l'Institut français du textile et de l'habillement. Le prototype a ensuite été validé par la Direction générale de l'Armement (DGA). C'est la procédure. Nous avons pu rapidement lancer la production », décrit le PDG.

Ces masques permettent d'éviter toute contagion pour les personnes en contact avec du public », explique-t-il. Après la réorganisation de ses ateliers, il espère sortir de 700 à 1 000 masques par jour ». Un patron qui salue l'esprit de solidarité de ses employés ». Une dizaine est revenue pour travailler à la production des masques.

Déjà en contact avec l'hôpital de Flers, Marc Pradal a également prévu d'offrir 250 masques au commissariat de la ville.

## Le Parapluie de Cherbourg, Saint-James...

Avec sa casquette de président national de l'Union française des industries de la mode et de l'habillement (UFIMH), Marc Pradal travaille aussi à la mobilisation d'autres entreprises. Avec plusieurs filières, nous travaillons en visioconférences régulières pour organiser la fabrication de masques en France. La fédération du textile nous aide, par exemple, à recenser les tissus compatibles pour ce type de production.

En Normandie, une petite dizaine d'entreprises ont déjà rejoint le mouvement. Elles sont dans la mode, la haute couture... [Le Parapluie de Cherbourg](#) en fait partie. Face

à la crise, nous devons apporter des réponses rapides pour une plus grande efficacité », assure Charles Yvon, patron de la célèbre marque de la Manche.

Dans le même département, l'entreprise Saint-James, connue pour ses fameux tricots, a également décidé de réorganiser ses ateliers pour la production de masques en textile.

L'élan est donné. Il y a de grandes chances que d'autres entreprises suivent ces exemples.

## Après les Gilets jaunes et les grèves, la mode va-t-elle succomber au coronavirus ?

PUBLIÉ LE 26/03/2020

Gilets jaunes, grèves, pandémie... Exsangues, les enseignes du textile sont au bord du gouffre et craignent pour leur survie.

Le **coronavirus** assénera-t-il le coup de grâce au secteur de la mode et du textile ? Après les "**Gilets jaunes**", **les grèves** et la percée des ventes d'occasion, l'épidémie impose maintenant **de fermer les magasins jugés "non essentiels"**. Les enseignes craignent pour leur "survie" **si la situation persiste**. Depuis le 14 mars, tous les commerces non alimentaires ont été fermés en France sur décision gouvernementale afin de limiter les rassemblements de personnes, vecteurs de l'épidémie.

"L'arrêt complet de l'activité s'ajoute à l'accumulation des crises sociales (...): la survie de nombreuses enseignes est maintenant en jeu", avait prévenu vendredi dernier l'Alliance du commerce, qui représente 27.000 magasins dans le secteur de l'équipement de la personne. "Malgré le recours au chômage partiel et les reports habituels d'échéances fiscales et sociales, les enseignes seront très rapidement confrontées à de graves difficultés de trésorerie", avait-elle affirmé, en demandant que des "prêts nécessaires à la pérennité des entreprises" soient rapidement consentis par les banques.

Mercredi, ce sont sept fédérations majeures du commerce qui demandaient aux bailleurs l'annulation des loyers et les charges "pendant la période de fermeture des magasins" et non plus un simple report, afin "d'aller plus loin dans l'effort de solidarité". Cette crise s'ajoute à une désaffection croissante des consommateurs: selon les chiffres provisoires de l'Institut français de la Mode (IFM), "en cumul, à la fin février, les ventes des enseignes de l'habillement membres de l'Alliance du Commerce sont en baisse de 5% (-1,6% en cumul l'année dernière à la même date)".

"Aujourd'hui, on a zéro recette, on ne sauvegarde que 5% de notre chiffre d'affaires grâce au commerce en ligne, mais au global, niveau groupe, depuis qu'on a fermé nos magasins, on fait du -94%", explique à l'AFP le co-gérant d'Etam, Laurent Milchior, dont tous les magasins en France sont fermés. S'ils le restent jusqu'au 10 mai, "ça va nous coûter 140 millions d'euros de chiffre

d'affaires sur l'année", calcule-t-il, sur des ventes globales "d'un peu moins d'un milliard", alors que les "gilets jaunes" et les grèves n'ont coûté que "quelques millions d'euros".

Mercredi, le groupe SMCP (Sandro, Maje, Claudie Pierlot) a lui estimé que la pandémie ferait baisser "de plus de 20%" son chiffre d'affaires du premier trimestre 2020. L'une des solutions peut venir de l'e-commerce: l'équipementier sportif Nike, qui fermera ses magasins aux Etats-Unis et au Canada, en Europe, Australie et Nouvelle-Zélande à partir de lundi, restera ouvert en ligne.

Selon le cabinet d'études de marchés Madame Benchmark, cité par le magazine spécialisé LSA, toutes les grandes enseignes de mode ont un site marchand, à l'exception de l'enseigne irlandaise Primark, qui vient de fermer tous ses magasins au Royaume-Uni. Certaines plateformes ont en revanche fermé temporairement, comme le site d'e-commerce de La Halle (groupe Vivarte): soit par "solidarité et mesures de sécurité vis-à-vis de nos collaborateurs et de leurs familles", comme Okaïdi ou Jacadi, soit parce que la livraison en points-relais n'était plus assurée. Même Vinted, le site d'achats de vêtements d'occasion entre particuliers - l'un des facteurs de "déconsommation" touchant le secteur textile - a décidé de "faire une pause".

Pour récupérer un peu de "cash", les enseignes encore ouvertes en ligne livrent à tarif réduit: Celio, Kiabi, H&M, Gémo offrent la livraison; les autres la proposent à moins de 30 euros d'achats. Une "piste" qu'a prise Undiz, la marque "jeunes" d'Etam, souligne M. Milchior à l'AFP, mais qui reste très insuffisante pour espérer tenir en trésorerie jusqu'à la fin de la crise. "On parle de 55% des Français qui ne travaillent pas en ce moment (...) Ce qu'il se passe aujourd'hui n'est jamais arrivé à l'humanité depuis qu'elle est développée", estime le co-gérant d'Etam, pour qui l'autre problème, "ce sont tous les stocks qu'on ne vend pas" actuellement, d'une valeur de 60 millions d'euros pour son groupe, et "qui ne seront plus de saison en sortie de crise".

Mais d'ici là, souligne Laurent Milchior, "le monde va drastiquement changer". Les premières victimes tombent : l'enseigne britannique Laura Ashley a annoncé mardi sa faillite, après avoir échoué à trouver les fonds nécessaires à sa survie en raison de l'épidémie.

23 MARCH 2020 Last Updated at 6:30 PM | SOURCE: PTI

# UK's Xeros signs major denim deal with India's Ramsons

By Aditi Khanna

London, Mar 23 (PTI) UK-headquartered Xeros Technology Group has signed a deal with India's Ramsons, one of the largest garment finishing equipment suppliers in South Asia, to develop a range of innovative, sustainable garment finishing equipment.

Xeros said the deal, signed last week, provides Ramsons Garment Finishing Equipments Ltd with an exclusive license for the manufacture and sale of Xeros-enabled garment finishing and dyeing equipment in South Asia and other selected countries, with denim finishing as the first focus area.

“The process of making garments, and especially denim, is putting enormous pressure on our natural environment. It consumes vast amounts of water and other raw materials whilst producing chemical and greenhouse gas emissions,” said Mark Nichols, CEO of Xeros.

“Working together with Ramsons to embed our products in their garment finishing equipment, we have an opportunity to significantly improve the sustainability of the clothes we all wear. This agreement is our first in apparel production and it validates our efforts to prove that our innovative technologies can have a significant impact in the sector,” he said.

Xeros develops unique polymer-based water-saving technologies which are used across the apparel and cleaning industries, which it says delivers significant savings in the use of water, energy and chemistry.

The two companies are already developing a 5,000 litre machine ahead of trials with major denim manufacturers. The machines not only reduce water and energy consumption, they eliminate the need to use pumice stone to produce stone washed effects. The first machines are expected to be available later this year.

Sunder Belani, Managing Director of Ramsons, said: “Protecting the earth's natural resources and our precious environment is the mantra of sustainability.

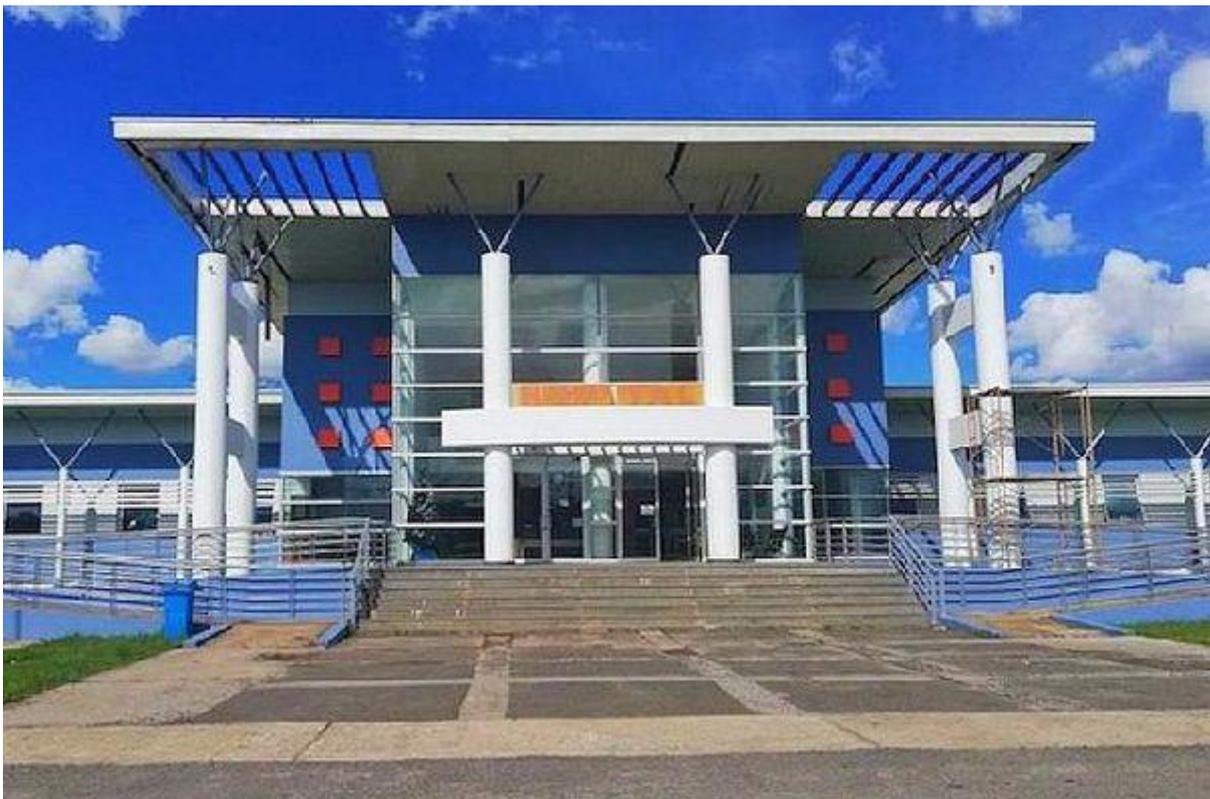
“Across India and South Asia garment manufacturers are actively looking for new and innovative technologies to help us protect our environment, which is under extreme pressure from the effects of a changing climate.

“By embedding Xeros’ products in our equipment our clients will save water, energy and reduce harmful emissions. It represents the best option for sustainability.”

According to the companies, denim is an important pillar of South Asia’s apparel industry. But, together with the rest of the sector it consumes vast amounts of natural resources and can produce significant emissions. The industry is actively looking for sustainable technologies that can help mitigate environmental harm.

Xeros Technology Group plc is a platform technology group that works on transforming water intensive industrial and commercial processes. PTI AK NSA

## Coronavirus à Madagascar : deux voyageurs interpellés pour ne pas être restés confinés



©Capture d'écran Madagascar-Tribune

**Mercredi, deux personnes qui avaient signé le document s'engageant à rester confiné à domicile ont été arrêtées et placées en quarantaine. La menace de l'épidémie augmente chaque jour entre les voyageurs qui ne respectent pas où fuient le confinement à domicile et l'absence de mesures barrières.**

Fabrice Floch · Publié le 19 mars 2020 à 12h08, mis à jour le 19 mars 2020 à 12h28

Difficile de faire respecter des mesures contraignantes quand la menace est invisible. Pourtant, contre le coronavirus, le confinement est l'unique solution pour limiter la propagation de la maladie. Les graphiques démontrent que la pandémie ralentit, et finalement régresse avant de disparaître comme à Wuhan. Pour parvenir à

gagner ce bras de fer avec le coronavirus, il ne faut surtout pas suivre le mauvais exemple des voyageurs arrivés à Madagascar qui ne respectent pas la "quatorzaine" de confinement obligatoire.

## Un numéro vert pour alerter les forces de l'ordre

Mercredi, les forces de l'ordre malgaches ont interpellé une femme et un homme (à deux endroits différents) ne respectant pas l'engagement de rester confiné pendant quatorze jours. Pourtant, ils avaient signé le fameux papier avant de quitter l'aéroport pour regagner leur domicile. Ces deux personnes ont été dénoncées par la population qui s'est inquiétée de les voir déambuler dans les rues. Une ligne verte a d'ailleurs été mise en place par le gouvernement pour permettre à la population de signaler des comportements à risque de la part des arrivants écrit [Madagascar-Tribune](#).

## Les associations sensibilisent les enfants

Comme nous l'écrivions, dès mercredi, [Madagascar a décidé de fermer ses frontières à partir de demain](#), vendredi 20 mars 2020, pour une durée minimale de 30 jours. Cette mesure, suffira-t-elle à protéger la population de la Grande île ?

Les écoles ne sont pas fermées, elles permettent aux associations de sensibiliser les enfants aux mesures barrières. Ils diffuseront le message dans les familles et sont sûrement le meilleur vecteur de l'information.

Pendant ce temps, les entrepreneurs s'inquiètent. De nombreuses usines de textile ont dû mettre une partie de leur personnel au chômage technique. Pour combien de temps ?

Les dernières statistiques estiment que 25 millions de personnes risquent de se retrouver au chômage dans le monde suite à cette pandémie. Aujourd'hui, 850 millions de jeunes sont privés de cours.

# Coronavirus : les économies des îles de l'océan Indien souffrent

coronavirus



©Capture d'écran Madagascar-Tribune

**Les Seychelles, l'île Maurice, Madagascar comme La Réunion souffrent de la pandémie de coronavirus. Entre les mesures de confinement, de fermeture des frontières aériennes et la baisse brutale des commandes de produits fabriqués dans les pays de la zone les économies des îles sont à l'arrêt.**

Fabrice Floch · Publié le 18 mars 2020 à 13h13

**Madagascar** s'interroge sur son avenir économique avec cette crise du coronavirus. Les usines de textile malgaches tournent au ralenti depuis l'explosion de la pandémie de coronavirus. Le Groupement des entreprises franches et de partenaires (GEFP) a été contraint de mettre des centaines d'employés au chômage technique comme l'explique un père de famille au [Madagascar-Tribune](#) : *"La production a beaucoup ralenti suite au manque de matières premières à cause du coronavirus. Les produits utilisés sont importés de Chine et de Maurice. Trente employés ont été mis au chômage technique en janvier depuis que la Chine a été touchée. Puis quarante-cinq personnes les ont suivi il y a deux semaines. Je faisais partie de cette second vague"*.

Tout le monde est inquiet, les travailleurs comme les entrepreneurs. Le président du GEFP, Herilanto Rakotoarisoa a affirmé craindre la faillite de certaines entreprises franches suite à la fermeture des frontières avec l'Europe.

## L'île Maurice perd des millions de roupies tous les jours

[L'île Maurice a diversifié son économie](#). Elle ne s'appuie plus exclusivement sur le tourisme, mais ce secteur d'activité reste prépondérant. [Chaque jour qui passe coûte des millions de roupies aux hôteliers, restaurateurs et à tous les acteurs touristiques](#) de l'île sœur, mais il n'est pas sans conséquence sur l'industrie.

Les usines textiles sont délocalisées, pour une partie, à Madagascar. Faute de matière première qui vient principalement de Chine, elles sont à l'arrêt. De plus, avec la fermeture des frontières de la Grande île vers l'Europe pour 30 jours, l'exportation devient quasi impossible. Bref, il est encore trop tôt pour faire un bilan complet des conséquences économiques à Maurice, mais elles seront très importantes.

## Les Seychelles dans l'inconnu, La Réunion dépend de La France

[L'économie des Seychelles](#) est adossée au tourisme et à la pêche. Les touristes viennent et la marchandise issue de la pêche s'exporte. Cette pandémie de

coronavirus complique singulièrement les flux. La Chine et l'Italie, deux pays d'où viennent la majorité des visiteurs, ont fermé leurs frontières. L'Europe est également confinée. Cette réduction inévitable des échanges va toucher l'archipel. Reste à savoir combien de temps cette pandémie va durer et quel sera l'ampleur des dégâts.

À La Réunion, le tourisme comme la canne sont importants, mais pas primordiaux. Le département français dépend économiquement de la métropole. Les aides sociales et les salaires indexés versés aux fonctionnaires forment les principales ressources de l'île. Le taux de chômage est important, ces secteurs d'activité sont essentiellement liés aux commerces. Cette crise sanitaire [aura moins d'impact économique ici](#), que chez nos voisins.

## Sourcing textile-habillement

### Grosses craintes sur les collections Automne-Hiver



Lahcen Oudoud, 12 mars 2020 à 18:08



Les distributeurs ne changent pas du jour au lendemain leurs politiques de sourcing et ils doivent trouver dans la précipitation de «bons fournisseurs», note Jean-François Limantour.

Le textile-habillement figure certainement parmi les secteurs qui subiront de plein fouet la crise du Coronavirus à travers le monde. Et le Maroc ne serait pas épargné, nous a déclaré Jean-François Limantour, président du Cercle euro-méditerranéen des dirigeants textile-habillement (CEDITH) et de l'Association Evalliance.

La première victime, selon cet expert, est la Chine avec la fermeture de très nombreuses entreprises du secteur, avec ce qui s'ensuit en termes de chômage et d'impact sur les ports et les transports.

La seconde victime, estime Limantour, est constituée des distributeurs occidentaux. L'expert explique que 30% des importations européennes et 29% des importations américaines d'habillement proviennent de Chine. De ce fait, note-t-il, «les distributeurs craignent de ne pas recevoir la fin des livraisons des collections printemps-été et commencent à redouter de gros problèmes pour les livraisons des collections Automne-Hiver».

Par ailleurs, relève le président du CEDITH, la consommation vestimentaire baissera, parfois de manière très sévère comme en Italie.

Autres victimes «collatérales», les fournisseurs asiatiques tels que le Cambodge, le Myanmar ou le Vietnam qui sont largement tributaires de la Chine pour leurs approvisionnements en tissus.

Cette situation va-t-elle profiter au Maroc ? «Pas sûr, car les distributeurs ne changent pas du jour au lendemain leurs politiques de sourcing et ils doivent trouver dans la précipitation de "bons fournisseurs", ce qui est loin d'être évident», affirme notre expert.

Le Maroc pâtira plutôt de la baisse des commandes du marché européen où un repli de la consommation vestimentaire est attendu, indique Limantour qui estime que «les industriels marocains vont donc devoir faire le gros dos pour affronter le mieux possible cet avis de tempête sur la filière textile-habillement».

## Mohamed Boubouh : « Aucun modèle d'entreprise ne peut tenir face au modèle turc »



**L'ALE avec la Turquie porte préjudice au secteur du textile, à l'écosystème, aux industriels et des milliers d'emplois qui risquent de disparaître. L'offensive de l'offre turque ne fait pas uniquement mal au marché local, mais également à l'export. Comment arrêter l'hémorragie ? Recette du président de l'AMITH, Mohammed Boubouh.**

Entretien réalisé par Mounia Kabiri Kettani - 10 mars 2020

**L'Observateur du Maroc et d'Afrique : Le secteur du textile est d'un des secteurs les plus touchés par la pénétration des produits turcs sur le marché marocain. Dressez-nous un état des lieux ?**

**Mohammed Boubouh :** Les opérateurs du textile marocain ont du mal à suivre le rythme des importations massives turques et à s'imposer sur leur propre marché. Et ce, pour diverses raisons. La première est liée à la concurrence déloyale des marques turques. Les résultats d'une enquête que nous avons confiée à un cabinet externe, montrent que ces entreprises réalisent un EBITDA inférieur à 2%. Aucun modèle d'entreprise ne peut tenir avec un tel ratio.

Concrètement, ces entreprises s'appuient sur des subventions assez importantes octroyées de la part de leur gouvernement pour s'étendre sur le marché, fragiliser le tissu industriel voire carrément l'anéantir pour détenir le monopole. Les principaux mastodontes installés sur le territoire tels LC Waikiki, DeFacto... usent de tous les moyens pour vendre quitte à recourir à une sorte de « dumping invisible ». Résultats : Le produit marocain n'arrive pas à être compétitif, on assiste à une destruction de plus de 44.000 emplois durant les 3 dernières années et la fermeture d'une centaine d'entreprises entre 2016 et 2019. Au moment où ces entreprises n'investissent pas ou peu, emploient un nombre réduit, et savent très bien défendre leur marché

puisqu'elles bloquent toute tentative d'export sur leur territoire. L'investissement ne correspond même pas à 1% alors qu'ils investissent massivement dans des pays voisins. En gros, cet ALE ne profite qu'aux Turcs. C'est pourquoi nous saluons la décision, politiquement courageuse et économiquement légitime, du ministre de l'Industrie pour avoir enclenché ce processus de révision de l'Accord dans l'objectif de stopper l'hémorragie.

### **En dehors du marché local, les industriels souffrent aussi de l'offensive turque à l'export. Comment ?**

Le Maroc a réalisé un chiffre record en matière d'exportations en 2018 avec un chiffre d'affaires de 38 MMDH. Toutefois, là aussi les exportateurs marocains sont confrontés à une problématique majeure celle de la dévaluation de la monnaie turque (46% par rapport au dollar et 50% par rapport au DH) sans parler des subventions du programme Turquality. Conséquence : les exportations marocaines sont plus chères et donc moins compétitives. Il y a aussi le problème de règles d'origine. Par exemple une entreprise marocaine qui réalise des produits finis, achète un tissu turc, le confectionne au Maroc et envoie son produit fini à une enseigne européenne. Cette dernière est obligée de payer 2,5% de droits sur ce produit. Donc, l'exportateur est non seulement taxé sur le tissu mais aussi sur sa valeur ajoutée, alors que le même produit du même tissu acheté par une entreprise turque et envoyé à la même enseigne est reçu avec « 0 » droits de douane, puisqu'elle a l'avantage de la libre circulation douanière avec l'UE. Ce qui nous handicape doublement. Nous trouvons ce traitement injuste de la part de l'UE qui en plus segmente l'Afrique en accordant l'avantage dans les règles d'origine à d'autres pays africains comme c'est le cas pour la Côte d'Ivoire. Le ministère de l'Industrie et du commerce ou encore celui de l'Économie et des finances sont conscients de cette injustice et l'ont fait savoir à la partie européenne. Nous souhaitons que le ministère chargé des Affaires étrangères agisse aussi dans ce sens.

### **« tant que la stratégie d'ouverture ne détruit pas les emplois marocains, elle est la bienvenue »**

#### **Le Maroc a choisi la stratégie de l'ouverture depuis plusieurs années. Instaurer des règles de protectionnisme n'est pas perçu comme un pas en arrière ?**

Tant que la stratégie d'ouverture ne détruit pas les emplois marocains, elle est la bienvenue. Mais au moment où elle porte atteinte à l'industrie locale et ouvre la voie à certains pour recourir à des pratiques déloyales ou encore du dumping sans aucun respect des pratiques dictées par l'OMC, c'est normal que le Maroc se défende et protège les intérêts de ses industriels. Cela est légitime.

#### **Pourquoi le Maroc n'adopterait-il pas la même stratégie turque et subventionner à son tour les entreprises à l'export ?**

Nous sommes en train de traiter ce point justement avec notre ministère de tutelle et sommes en train de confectionner un programme spécial de locomotive pour les exportateurs qui veulent s'orienter vers le marché local et s'implanter sur d'autres marchés européens. La qualité et le savoir faire marocain dans notre secteur n'est plus à démontrer. Nous travaillons avec le marché mass market, avec la moyenne gamme et le haut de gamme. Nous avons déjà montré notre expertise et notre compétitivité n'est plus à discuter. Maintenant, il faut des aides sur trois volets. Le premier concerne les aides pour le loyer des points de vente, ensuite il y a l'aide en matière d'aménagement de magasins, plus le volet de la créativité et le marketing. Et quelles mesures propose aujourd'hui l'AMITH pour protéger le tissu industriel intérieur et rééquilibrer la balance commerciale du secteur entre les deux pays ?

Une entreprise turque qui réalise un bon chiffre d'affaires au Maroc est appelée à fournir un minimum d'efforts pour créer des emplois. Ainsi, l'AMITH propose aujourd'hui trois mesures : 60% des produits vendus par des marques étrangères doivent être fabriqués au Maroc, l'instauration des droits de douanes à hauteur de 30% et l'implantation de grands opérateurs

turcs de l'amont au Maroc. De mon côté, je suis en train d'encourager les exportateurs en vue de la création d'une marque marocaine forte capable d'attaquer le marché local.



### **Les ficelles de « l'expansionnisme » turc**

Depuis l'entrée en vigueur de l'accord de libre-échange conclu entre le Maroc et la Turquie, le déséquilibre commercial a explosé au détriment du Maroc. Les deux parties ont convenu de revoir certaines clauses. Les négociations sont en cours. En attendant le verdict, l'Observateur du Maroc et d'Afrique a recensé l'avis des professionnels de différents

# **Coronavirus : Moulay Hafid Elalamy tient une réunion avec l'AMITH pour le suivi de l'impact du Covid-19 sur le secteur du textile**

*Published on 14 mars 2020 14 mars 2020*

**Le ministre de l'Industrie, du Commerce, de l'Economie verte et numérique, Moulay Hafid Elalamy, a tenu, samedi au siège de la Wilaya de Tanger-Tétouan-Al Hoceïma, une réunion avec l'Association marocaine des industries du textile et de l'habillement (AMITH), et ce dans le cadre du suivi de l'impact du nouveau coronavirus sur le secteur industriel.**

Tenue en présence du Wali de la région de Tanger-Tétouan-Al Hoceïma, Mohamed Mhida, cette réunion a permis de faire le point et d'assurer le suivi de l'impact du Covid-19 sur le secteur industriel au Maroc, et plus particulièrement celui du textile et de l'habillement.

«Les problèmes que connaît le monde à cause de la pandémie du coronavirus a des répercussions sur l'ensemble des secteurs, dont celui du textile et de l'habillement», a indiqué le ministre dans une déclaration à la presse à l'issue de la réunion, notant

que ce secteur est vital et très important pour l'économie marocaine, puisqu'il emploie environ 170.000 personnes.

A Tanger, plus de 300 usines travaillent dans le secteur du textile et de l'habillement avec de grandes entreprises, qui traversent actuellement certaines difficultés au niveau international, a poursuivi le ministre, faisant savoir que ces difficultés auront un impact sur les entreprises marocaines.

Cette réunion vise donc à discuter avec les textiliens et faire un suivi plus précis des problèmes auxquels ils font face, a expliqué Elalamy, faisant savoir que c'est également l'occasion de les rassurer quant à la détermination du Maroc à demeurer à leurs côtés afin de trouver les solutions nécessaires lors de cette période difficile que traverse le monde.

Pour sa part, le président de l'AMITH, Mohamed Boubouh, a confié que les textiliens sont «conscients» que cette crise mondiale va les toucher, puisque les donneurs d'ordre avec lesquels les usines travaillent sont impactés, ce qui engendre une baisse, voire même des annulations de commandes.

Néanmoins le président de l'AMITH a assuré que les professionnels demeurent sereins et calmes pour gérer cette situation, et que les usines poursuivront leur travail lundi d'une manière «normale et habituelle», se disant «optimiste» quant à un redémarrage du secteur juste après cette crise.

«Nous avons demandé des mesures de soutien à notre gouvernement et à notre ministère de tutelle, qui seront bientôt discutées», a-t-il conclu.

Dans le cadre du suivi de l'impact du Covid-19 sur le secteur industriel, Moulay Hafid Elalamy tiendra également, à Casablanca, une deuxième réunion avec les différentes fédérations professionnelles du secteur industriel.

# CORONAVIRUS: LE SECTEUR TEXTILE SOMBRE À NOUVEAU

Par [Fayçal Ismaili](#) le 17/03/2020 à 18h59



© Copyright : DR

Kiosque360. Les professionnels du textile et habillement tirent la sonnette d'alarme quant à une éventuelle faillite de ce secteur qui commençait à peine à voir le bout du tunnel, et ce après de longues années de léthargie.

L'impact économique de la propagation du coronavirus à l'échelle nationale et internationale est de plus en plus visible, rapporte *Aujourd'hui le Maroc* dans son édition du 18 mars. Après le tourisme qui, depuis le début de la crise subit des annulations en cascade, le secteur du textile affiche également des symptômes inquiétants. Plusieurs unités de production se voient aujourd'hui menacées par ce virus qui ronge leur structure et affaiblit leur productivité. La performance affichée à l'export au titre du mois de janvier 2020 ne tardera pas à fléchir, au vu du déclin de la demande étrangère des suites de la situation sanitaire actuelle.

Les professionnels du textile et habillement tirent la sonnette d'alarme quant à une éventuelle faillite de ce secteur qui commençait à peine à voir le bout du tunnel, et ce après de longues années de léthargie. En effet, les donneurs d'ordre européens sont en crise au point de fermer boutique. Une conjoncture qui aura de lourdes répercussions sur les textiliens nationaux. Ces derniers anticipent d'importantes annulations de commandes dans les jours qui viennent. «La situation est plus que grave chez nous. C'est compliqué à gérer, certes, mais nous devons prendre des décisions en toute sérénité», nous confie Mohamed Boubouh, président de l'Association marocaine des industries du textile et de l'habillement (Amith). La dépendance du partenaire européen met le textile marocain en péril. L'essentiel des exportations du textile et habillement va au marché européen.

Les professionnels nationaux comptent pour client le géant espagnol «Inditex», ainsi que plusieurs opérateurs français. De par sa taille et sa structure, l'unique client espagnol jouit d'une bonne assise financière. Cependant, les partenaires français ont toujours montré une petite santé. «Les clients français souffraient bien avant l'arrivée du coronavirus. Je vous laisse imaginer leur état après cette crise. Certainement plus que catastrophique!», souligne M. Boubouh. Malgré l'optimisme des acteurs marocains, la situation est totalement floue dans le secteur. Les unités de production ne tarderont pas à baisser le rideau. Elles disposent seulement de 3 à 10 jours pour finaliser leurs commandes. Une fois ce cap franchi, la machine risque de s'arrêter. Pour contenir cette situation, l'Amith œuvre de concert avec la tutelle en vue de définir les mécanismes d'assurance à mettre en place. «Nous n'avons aucune assurance ni de visibilité sur la santé de nos partenaires, en particulier les Français, qui est sûrement désastreuse», relève M. Boubouh.

# Prices down as coronavirus fears grip cotton market

[Listen](#)

KARACHI: Cotton prices in the local market decreased Rs100 to Rs200/maund during the outgoing week, as buyers remained on the sidelines, while volume remained low, stakeholders said on Saturday.

Cotton markets were down across the globe along with other markets due to pandemic of coronavirus that affected the trade, a local stakeholder said.

Pakistan's textile products are usually exported to the US and European countries, and due to the pandemic, they have suspended their imports, hitting the cotton exporters hard.

Stakeholders said due to overstocking of goods and suspension of exports, Pakistani industry was near to closure. Local buyers were also cautious due to closure of markets in the country. Several mills have cut down their production.

During the week, cotton prices in Sindh and Punjab varied between Rs6,800 to Rs8,800/maund.

Naseem Usman, chairman of the Karachi Cotton Brokers Association, said that international cotton markets also remained down, as trade remained under pressure.

New York Cotton Futures further dropped 4 cents to the lowest level in 10 years. Earlier, it had reached 54 cents/pound before July 2009. During a week's time, New York cotton market saw 30 percent decline in prices, while Pakistani importers purchased highest 96,000 bales from it during the week, he added. Both China and India were also facing crisis, while Cotton Corporation of India has set a purchase target of 9 million bales from the market. However, currently deals were

made for the purchase of 4.5 million bales. Due to low interest of cotton buyers, ginneries were also facing pressure despite the fact they were having stocks of only 500,000 bales.

By March 15, 8.57 million bales were produced, down 20 percent, while final production is expected to reach 8.6 million bales.

Usman said that Prime Minister Imran Khan has pledged to improve cotton production in the country and set a support price. However, cotton sowing has partially started in Sindh, but no support price was announced.

Experts are of the view that cotton growers were facing problems in this season, and if they were not provided support price, cotton production would remain suppressed in the next season, as well.

They said the government has made any effort to provide good quality cotton seed.

Keeping the view the current situation, textile sector, including spinners and value-added sector, has demanded release of stuck refunds, including sales tax, as industry was facing liquidity crisis.

In the meantime, Punjab Agriculture Department has announced commencement of cotton cultivation across the province from April 1, 2020. Agriculture Assistant Director Naveed Asmat Kohloon said that the agriculture department would issue advisory on cotton cultivation.

Farmers are advised to follow instructions of the agriculture department for enhanced cotton production, he added.

# Textile exporters fear ‘severe liquidity crisis’ amid global port closures

*Exporters demand payments of all loans, interests, taxes and govt levies to be deferred, zero-rating to be resorted and pending refunds released at the earliest*

By **Hassan Naqvi**

March 21, 2020



**LAHORE:** Textile exporters fear zero sales turnover as all international markets, including the European Union and the United States, have closed port operations in wake of the coronavirus outbreak.

In line with the rest of the world, many textile industries across the country have also halted their operations either completely or partially, sources told Pakistan Today on Saturday.

Talking to this scribe, All Pakistan Textile Mills Association (APTMA) Punjab Vice-Chairman Aamir Sheikh said, "The government must understand that our sales revenues have almost gone to zero and we cannot run without a cash injection."

He disclosed that the overseas buyers have stopped giving export orders to all markets for up to a period of three months. Any export package at this stage is as good as useless, he added.

"What we need now is a package that keeps the industry alive; liquidity is ensured so that unemployment and layoffs could be avoided," he said. "We also want payments of all loans, interests, taxes and govt levies to be deferred, zero-rating to be resorted and pending refunds released."

Agreeing with Sheikh, APTMA Punjab Senior Vice Chairman Abdul Rahim Nasir said some textile exporters have closed their operations for three to five days to get a clear picture of the scenario.

"Most of them have gone below 50pc [capacity] just to keep the factory in working condition," Nasir said. "What need a package that resolve our cash flow issues."

Nasir demanded that the minimum tax (turnover tax) must be reduced to zero per cent (completely waived off) till June 30 as presently it is applicable even if the companies are making losses. He further said that Export Refinance Facility (ERF) limits should be increased and payments of interest should be extended beyond June 30.

Nasir further demanded that the government must ensure sales tax and drawback on local taxes and levies (DLTL) payments to industry within two weeks.

Talking to this scribe, APTMA Group Leader Gohar Ijaz noted that out of the total \$14 billion textile exports, \$10 billion is subject to 12.5pc interest rate.

"As there will be no exports for the next three to six months due to the closure of international ports, The textile sector won't be able to survive unless the government announces a moratorium on interest and repayments for the entire textile chain and manufacturing sector."

Naveed Gulzar, a textile miller from Faisalabad, said unfortunately, textile exporters' sales revenue is likely to go to zero in the next week or so. Gulzar said in the value chain there are indirect exporters who feed raw materials to direct exporters such as spinning mills.

“These mills have to borrow at normal bank rate, which is kibar plus bank margin, and their markup cost is 16pc. When direct exporters will be suspending their productions, the hardest hit will be on indirect exporters,” he said.

The textile millers demanded that the State Bank of Pakistan (SBP) should immediately reduce mark-up of indirect exporters close to the rate of ERF and the government should extend date for filing the income tax and sales tax to at least 60 days.

Gulzar said that if the government wants that the wheel of industry keeps on moving, it should also defer the payments of local taxes such as Employees Old-Age Benefits Institution (EOBI) social security for three months.

“Without extending the date of filing sales tax returns by at least two months and immediately issuing notification regarding the provision of electricity at 7.5cents per Kwh (all-inclusive) to export sectors, issues cannot be resolved,” he said. “If decisions are not taken on time, it may lead to even bigger crisis.”

Gulzar said that the textile sector realises its social responsibility and APTMA Faisalabad chapter will be assisting local administration in providing protective gear to hospital staff and will assist them in testing suspected patients.

“It will also provide food to people who would be jobless due to this pandemic.”

# Coronavirus : « Sentiment d'inquiétude mitigé » des entreprises françaises en Tunisie

par [African Manager](#) - 15/03/2020 16:08

La chambre Tuniso-Française de Commerce et d'Industrie (CTFCI) vient de rendre publics les résultats d'un sondage réalisé, du 10 au 13 mars courant, auprès de 60 entreprises adhérentes (tunisiennes et françaises) représentant essentiellement les secteurs de l'industrie et des services, sur l'impact éventuel du coronavirus sur leur activité, les contacts avec leurs partenaires et sur le comportement de leur personnel au cours de cette période.

Il en ressort un sentiment d'inquiétude mitigé. En l'absence de tout alarmisme excessif ou de panique, la majorité des entreprises poursuivent une activité tout à fait normale, redoutant néanmoins les effets collatéraux qui pourraient découler de la persistance au-delà du mois de mars de cette crise sanitaire sans précédent.

Ce sondage a fait ressortir trois grandes tendances. La première concerne la restriction des voyages internationaux dans les deux sens. Presque 96% des entreprises concernées par ce sondage ont procédé au report, l'annulation de missions et de voyages, de participation aux salons professionnels, de réunions professionnelles à l'étranger ou de réception de partenaires.

La seconde concerne la question relative à l'impact éventuel du coronavirus sur la suspension ou le ralentissement des approvisionnements des entreprises à l'étranger ou de leurs expéditions sur les marchés extérieurs, les réponses ont été nuancées.

A cet effet, pour 65% des entreprises sondées, opérant essentiellement dans le secteur industriel ou dans le digital, cet impact est encore peu perceptible, sinon insignifiant pour l'heure actuelle. Ces mêmes entreprises appréhendent plutôt le prolongement de la crise. Dans un tel cas de figure, certaines entreprises invoquent des risques de rupture de stocks (problèmes d'approvisionnement de Chine, de la Corée et même de certains pays européens comme la France ou l'Italie) et redoutent un net ralentissement de leurs chaînes de production et une baisse de leur chiffre d'affaires. D'ailleurs, environ 25% des chefs

d'entreprise soutiennent que les livraisons et les échanges commerciaux observent depuis le 20 février dernier une évolution timide sinon négative avec carrément un standby des échanges et locaux depuis le 9 Mars. Certaines entreprises du secteur du textile notamment, ont évoqué le risque de limitation des commandes à partir de la Tunisie du fait de la désertion de la clientèle européenne des grands centres commerciaux et des magasins spécialisés

En revanche, dans le secteur du tourisme et du transport aérien et maritime, certains effets collatéraux commencent à se faire sentir avec la baisse constatée au niveau des réservations ou des dessertes aériennes et de l'arrêt de certaines lignes maritimes (Italie).

Enfin, en ce qui concerne l'aspect relatif aux ressources humaines, on ne ressent pas encore de panique, souligne la CTFCI. Le rythme d'activité dans plus de 95% des entreprises reste normal, avec un taux d'absentéisme très faible. Certaines entreprises, essentiellement du secteur des services, ont même préconisé un plan B au cas où l'épidémie perdure et passe à un degré supérieur ; ce plan se traduira par le recours au télétravail. Pour le tourisme et le transport aérien, les entreprises commencent à encourager leur personnel à prendre des congés et d'autres n'excluent pas l'éventualité de recourir momentanément à la formule du chômage technique.

D'une manière générale, il ressort de ce sondage qu'il est encore prématuré de tirer des conclusions ou de verser dans l'alarmisme. Il n'en demeure pas moins vrai que les opérateurs sont conscients des répercussions qui peuvent être causées par l'aggravation de la crise et surtout son prolongement au-delà du mois d'avril.

## Les marques Tunisiennes de l'habillement sur le Web: Les chiffres clés de Janvier 2020

Par [salma dagdoug](#)

| 05 Mars 2020 à 16:53

**MDWEB** pionnier du marketing électronique et des études digitales vient de sortir son étude sur l'E-présence des marques d'habillement tunisiennes pour le mois de Janvier 2020.

Il ressort de cette étude que l'image et la présence des marques Tunisiennes de l'habillement sur le web constituent un facteur crucial et indispensable dans leurs stratégies de communication afin d'atteindre un public plus large et fidéliser les clients.

Sur la base du nombre de visiteurs du site et du nombre de pages vues, Exist occupe la 1ère position sur le web (Basé sur les données de Alexa) suivie par Hamadi Abid.

Facebook est le canal de communication le plus important pour les marques Tunisiennes afin de présenter leurs produits et leurs nouvelles collections. Le podium de la présence sur Facebook est le suivant :

- 1ère place : ZEN avec 1 215 193 fans
- 2ème place : EXIST avec 542 460 fans.
- 3ème place : HAMADI ABID avec 489 527 fans.

Les marques ne sont pas très actives sur YouTube, cependant, Hamadi Abid se classe en 1ère position en termes de nombre d'abonnés et de nombre de vidéos, soit respectivement 2 580 et 10.

La communication des marques Tunisiennes via Instagram est modeste, néanmoins, Hamadi Abid a réussi à collecter 12 378 réactions et commentaires. L'analyse complète peut être commandée sur le site web : [www.tunisia-survey.com](http://www.tunisia-survey.com).

# Burberry Reopens China Stores. There Is Light at The End of The Tunnel But It Will Get Worse First.

By Callum Keown  
March 19, 2020



Burberry's sales have fallen 40-50% in the past six weeks.  
Getty Images

Burberry stock fell on Thursday as the luxury brand said sales have plunged up to 50% over the past six weeks and warned things would get worse.

The British apparel retailer said that following the “significant escalation” of trading, travel and social restrictions by governments around the world, it expected sales to drop by 70% to 80% in the final weeks of its financial year

— ending Mar. 28. It expected fourth-quarter comparable sales to be 30% down.

The coronavirus crisis has deepened in recent days, with large parts of Europe on lockdown and global travel between countries heavily restricted.

Burberry said last month its losses were predominantly in its Asian markets, as the virus originated in China, but 40% of its stores globally are now closed with more set to follow. Sales in the Europe, Middle East, India, Africa and Americas regions have fallen materially in recent weeks, it added.

However, the high-end fashion house said most of its stores in China had reopened and that trading has started to improve.

Given the extent of the crisis in China just a number of weeks ago, it suggests there is light at the end of the tunnel for the luxury-goods sector and other retailers.

Shares in Burberry fell a further 5% on Thursday, and have now plummeted 55% since Jan. 17 — the day Wuhan reported its second death and the world began to take notice of the coronavirus. Over the same period, LVMH Moët Hennessy stock has fallen 35% and Hermès has declined 24%. Burberry also reassured investors it has “significant financial headroom” and was working to cut costs and renegotiating rents.

**Looking ahead.** As a luxury goods retailer with a high exposure to China, Burberry was one of the first stocks to feel the impact of the novel coronavirus. Revenue in Asia Pacific accounted for 41% of the company’s £2.67 billion revenue last year. With the virus now spreading globally there is undoubtedly more pain to come for the brand’s sales, and indeed the entire sector. However, with stores reopening in China, its reliance on Asia now provides some positivity amid the global gloom. But as more countries enter lockdown, sales of luxury goods will continue to take a hammering for some time yet.

## Fall fashion braces for the effects of COVID-19

[Kristin Schwab](#) Mar 23, 2020



[China's supply chain problem is starting to worry retailers.](#) Peter Macdiarmid/Getty Images

About 40% of the clothes Americans wear come from China. And because of dislocations caused by the virus, retailers are looking elsewhere to fill the supply chain gap.

For a suit, the materials (the fabric, buttons and zippers) may come from China. It might then get sewn in Vietnam.

“But, if you don’t have fabric you can’t make a coat in Vietnam,” said Gary Adelman, CFO of Texas-based menswear company Trybus. Trybus clothing lines are sold at Nordstrom and Kohl’s.

Roughly 30% of the company's supply comes from China — it uses factories in five countries. Trybus is looking at spreading the work around to rely less on China.

"I don't think we're at losing sleep level yet, but we're definitely taking it very seriously," Adelman said.

Sucharita Kodali, an analyst at Forrester, said most apparel companies aren't in a state of emergency yet. They started moving business out of China a decade ago because of increasing costs and, in the last couple of years, because of the trade war. Those changes are paying off even more now that supply from China is at risk.

"The fact that these companies often do have diversified supply chains enables them to shift some of the production where possible," Kodali said.

Asia has a hold on the apparel market, with Vietnam and Bangladesh coming in after China. And according to Julie Hughes, president of the U.S. Fashion Industry Association, more companies are moving production to Africa. What about American factories stepping in?

"You need to be able to move immediately for production. And we don't have a lot of apparel production in the U.S. today," Hughes said.

U.S. factories can't compete with Asia's quick churn. And, Hughes says, China is still the place to make complicated pieces like sweaters and difficult-to-make fabrics like cashmere and silk.

For Adelman, the production slowdown in China isn't affecting what's on shelves now, but what's coming down the line a few months from now. The company's fall 2020 collection could look a bit like fall 2019.

"Fashion is fickle. It's hard," he said.

Adelman says Trybus may have to reuse some of last year's inventory and update it with different buttons or new trim.



Kalimo booth at LA Textile

LA TEXTILE

## LA Textile Provides Opportunities for Sourcing Amid Supply-Chain Challenges

By [Dorothy Crouch](#) | Thursday, March 19, 2020

While the **California Market Center** has been undergoing a major renovation, **LA Textile** show producers still made space for its biannual trade show. During its March 4-6 run, exhibitors noticed attendees were interested in sourcing fabrics and notions to remain ahead of the coronavirus threats to the supply chain.

For Commerce, Calif.–based **Fabric Selection**, the show afforded an opportunity to introduce its new Matisse Studio collection following a successful **Sourcing at MAGIC** show during February in Las Vegas. Manager Sean Zarini was excited to expand upon the momentum generated during last month's trade show, which signaled the beginning of regulations implemented due to the threat of COVID-19

when a travel ban on travelers from China was announced by the Trump administration.

“It was very good in Las Vegas. We were in the tent, it was cold, there was coronavirus and the Chinese vendors didn’t come. I thought it would be bad, but it was good. The first shipment came in and sold out in Las Vegas,” he said. “We had so many more items. We changed the design 50 to 60 percent into a new, younger look with more novelty.”

At this Los Angeles show hosted within the CMC, Zarini mentioned that designers and manufacturers were not as demanding as they had been during previous editions. With uncertainty regarding the supply chain and shipments from overseas, he was able to provide alternative solutions to customers.

“People are hungry for fabric because fabric is not coming from China,” he said. “They are buying whatever they can. Nobody said, ‘I want this or that’ or ‘You don’t have this fabric.’”

Visiting the show from the downtown Los Angeles apparel manufacturer **Tramever**, Revi Green-Johnson was one of the visitors who was searching for sourcing partners who could provide alternatives to her current supply chain.

“New resources from different countries to diversify our reach for fabric. We do orders from China, so I want to know from where else I can source,” she explained as she searched for plaids, knits and ecologically sound options. “[Eco friendly] is a growing factor in our industry.”

The eco-friendly boom was trending high, according to **California Label Products** Account Executive Deserie Balades. She also revealed that the uncertainty surrounding the coronavirus led attendees to consider products that are made in the United States.

“More people are concerned about our environment and eco-friendly products in sustainable materials,” she said. “[They are also] Made in U.S.A.–driven, trying to bring back the work here. Not having to rely on freight coming in from China with everything going on.”

At the **Kalimo** booth, Julia Abrahamian and Dalena Bui were promoting their biodegradable textile offerings, which were checking high at the show.

“This is one of our best shows here,” Bui said. “We have a biodegradable fabric—soon we’ll have recycled **Lycra**.”

As one of the last events to be held before producers began canceling trade shows and fashion-week productions, LA Textile provided an opportunity. It was important to be in attendance, mentioned Abrahamian.

“It’s evolving. This edition was better than the last, and we look forward to the next. Regardless of the coronavirus, we are here and we did well,” she said. “There is a higher demand for ecological, eco-friendly styles.”

For her Valencia, Calif., dressmaking business, Maria Hoffens of **Danu Original Sewing** was searching for partners who could help her emerging brand thrive by considering small quantities.

“It gets challenging because most of this is wholesale. I talk with them and see if anyone does lower quantities,” she said as she considered fabrics that were plain in addition to special products featuring embroidery. “It’s a fantastic place to connect with different people. Everybody gathers here. It’s nice to network.”

Able to accommodate any size business, J. Chandresh, executive producer of Chennai, India’s **Subbarow**, mentioned that his jacquard options were gaining a lot of traction.

“We do everything,” he said. “It’s a range of everybody. You also have the big labels going for sampling averages. For us, this is our bread and butter. We do well here.”

First-time attendee Sheer Sebag of the Calabasas, Calif., dress brand **Sheer** was impressed with the show and reported that her existing partners were pleasantly surprised with the traffic.

“Some of the feedback from one of our mills that is here is that she was surprised about the foot traffic with the coronavirus,” she said. “It exceeded her expectations.”

For Sebag, having a show close to home was important as she enjoys having the option to travel less but not compromise on quality goods.

“The show is great. I am happy to see a lot of ethical, sustainable options and new innovations on the market. I am happy to see a lot of Made in America,” Sebag explained. “There is a diverse amount of textiles, whether it’s different countries or types of textiles. It’s a great place to come find everything all in one spot. It’s a wonderful resource right here in the city of L.A.”

On March 18, the CMC revealed that while they are thinking ahead to the next edition of LA Textile, which will be the show’s relaunch in Building C’s new space named The Loft, event organizers are prioritizing public safety. Once a clearer picture of a timeline is available regarding reducing the threat of the coronavirus, the show’s producers will confirm dates for the next event

IMPORT/EXPORT

## **Retail Trade Groups Say Dump Chinese Import Tariffs**

By [Andrew Asch](#) | Thursday, March 19, 2020

On March 19, members of the retail industry's leading trade groups joined in a letter asking President Trump to suspend U.S. tariffs in place on Chinese imports. The tariff suspension would serve as a tool to blunt the economic downturn from the coronavirus pandemic, they said.

Making this joint statement were representatives from the **National Retail Federation**, the **Retail Industry Leaders Association** and the **American Apparel & Footwear Association**. The letter noted that America's trading partners needed to be held accountable for intellectual property theft and other trade violations. However, tariffs and the continuing trade war have taken a great toll, said Rick Helfenbein, the AAFA's former president and chief executive officer.

"Tariffs are a hidden tax on Americans, plain and simple. More than 41 percent of clothing, 72 percent of footwear and 84 percent of travel goods sold in the U.S. are made in China. A tariff on these products would be a tax on every American," Helfenbein wrote. "In addition to increasing costs for American families, this action could result in retaliatory tariffs that target American businesses, resulting in job losses. At the end of the day, this could be disastrous for American families, American workers and American businesses."

Matthew Shay, the NRF's president and CEO, forecasted that American consumers might see price increases.

"We agree it's time to address China's unfair trade practices, but we have to do so in a way that doesn't destroy jobs, create uncertainty for businesses and increase every American's cost of living," Shay said.

While the Trump administration signed Phase One of the trade agreement between the U.S. and China earlier this year, the Trump administration has held firm on other tariffs.

# Despite global crisis, Trump resists calls for tariff relief

Jenny Leonard, Bloomberg News

Mar 19, 2020



Donald Trump speaks during a Coronavirus Task Force news conference at the White House on March 18. , Bloomberg

Hardly a day goes by right now without business groups calling on the White House to suspend tariffs on Chinese goods in an effort to help them stem the growing challenges faced by the coronavirus outbreak.

On Wednesday morning, Americans for Free Trade, a group of more than 160 business associations urged Trump to consider relief from duties as one of the emergency measures his administration is rolling out. “These tariffs are taxes that Americans pay,” the group said in a letter.

Hours later, the president publicly slashed those hopes.

“There’s no reason to do that. China is paying us billions and billions of dollars in tariffs,” Trump said in a news conference. “I can’t imagine Americans asking for that.”

## Chinese Goods

Over the course of his presidency, Trump has imposed tariffs on a total of more than US\$400 billion in goods, ranging from Chinese apparel imports and French cheeses to European aircraft. Economists say those duties are either absorbed by companies or added to the price tag for U.S. consumers, meaning they’re not paid by China as the White House often claims.

Trump didn’t rule out, however, that China might request relief. “It could be that China asks for a suspension or something. We’ll see what happens,” he added.

Complicating the matter, is that many of the same small- and medium-size enterprises such as retailers or manufacturers that were hurt by the president's tariff battles are also now suffering from the economic fallout of the coronavirus. Business representatives admit it's not clear that targeted tariff cuts would have a significant impact on the broader economic outlook but eliminating their levies certainly wouldn't hurt, they said.

### **Bigger Deficit**

Behind the scenes, the discussion about tariff relief has for weeks caused heated debates among Trump administration officials as well as outside allies, including lawmakers.

Larry Kudlow, the White House economic adviser, has been among the most vocal aides to make the case for relief, people familiar with the internal deliberations said. Other aides have argued that cutting tariffs would only lead to a bigger trade deficit – an important metric for Trump in his reelection campaign.

A White House spokesman denied that Kudlow was making the case for tariff relief.

### **'Cheap Shot'**

Dan DiMicco, former CEO of Nucor Corp., who helped craft many of the White House initiatives on trade, said talk about cutting tariffs isn't founded in real need and he's expressed that to the administration.

"This is just another cheap shot to try and undo what is absolutely necessary for dealing with trade cheats," DiMicco said. "Steel and aluminum tariffs is hardly a serious issue for the economy, but it is for national security."

The American Iron and Steel Institute on Tuesday also warned of the potential negative consequences from tariff cuts.

"The coronavirus epidemic is exacerbating the global glut in steel production and threatens to unleash a new surge in imports into the United States, which would be devastating to the American steel industry and our national security," the group wrote to lawmakers.

Despite their reluctance to cut tariffs across the board, the administration has moved quickly to exempt a range of products that are essential to the coronavirus response in the U.S.

The Office of the U.S. Trade Representative in recent weeks has granted exclusions for face masks, gloves and other medical supplies that are solely sourced in China.

### **Rhetoric Shift**

Still, rhetoric has become more hostile between the U.S. and China recently.

Trump has shifted from praising Chinese President Xi Jinping for his prompt containment of the virus, to blaming the world's second-largest economy for spreading the disease, which he now calls the "Chinese virus."

When asked Wednesday whether his comments could incite racist attacks against Chinese-Americans, Trump clarified that he's fighting back against Chinese claims that American soldiers were responsible for bringing the virus to China.

And on Tuesday, the White House National Security Council responded to China's retaliatory move to expel American journalists from the country and Hong Kong. It urged China to refocus its efforts from punishing the free press to joining the world in fighting the growing public health crisis.

## Textile-habillement : le Vietnam exporte pour 5,3 milliards d'USD

16/03/2020 17:55

Le Vietnam a exporté pour 5,3 milliards d'USD de produits textiles et d'habillement au cours de deux premiers mois de l'année, en baisse de 3,5% en glissement annuel, a fait savoir le Groupe du textile et de l'habillement du Vietnam (Vinatex).



*Dans une usine de confection de vêtements en province de Hung Yên (Nord).*

Le secteur de l'habillement et du textile a exporté des vêtements pour 4,2 milliards d'USD (-2,3%) ; des fils pour 512 millions d'USD (-16%).

Actuellement, la source de matières premières répond essentiellement à la demande de production en mars et avril.

Cependant, le secteur est confronté à de nombreuses difficultés, car l'économie mondiale est sérieusement affectée par l'épidémie de COVID-19, entraînant une baisse de la demande mondiale dans les mois prochains.

L'industrie du textile du Vietnam a atteint 39 milliards d'USD d'exportations en 2019 pour une croissance de 7,55% par rapport à 2018. En 2020, Elle s'est fixé l'objectif d'exporter pour 42 milliards d'USD.

VNA/CVN

## COVID-19 : L'industrie du textile-habillement cherche à s'adapter

Au milieu de la propagation de l'épidémie de COVID-19, le groupe Vinatex a tenu mercredi une visioconférence pour rechercher des solutions d'adaptation.

Jeudi, mars 26, 2020 16:17



Photo: VNA

Hanoï (VNA) – Au milieu de la propagation de l'épidémie de COVID-19, le groupe national du textile et de l'habillement du Vietnam (Vinatex) a tenu mercredi une visioconférence avec la participation de ses 22 unités membres pour évaluer les impacts négatifs de cette pandémie et rechercher des solutions d'adaptation.

Le Tien Truong, directeur général de Vinatex, a déclaré qu'à mi-mars 2020, plusieurs commandes avaient été annulées, ce qui menaçait l'emploi de nombre d'ouvriers des unités membres du groupe en avril et en mai 2020.

Si l'épidémie de [COVID-19](#) s'achève fin mai et l'économie commence à se rétablir à partir de juin 2020, l'industrie du [textile-habillement](#) du Vietnam connaîtra une perte d'environ 11.000 milliards de dongs et [Vinatex](#) perdra 1.000 milliards de dongs.

Les participants de la réunion ont avancé diverses solutions : chercher des possibilités d'exporter des produits de protection comme masques, vêtements anti-bactériens ou à usage unique ;

appliquer un régime de travail flexible ; diminuer la durée du travail à 32-40 heures par semaine ; travailler alternativement sur la base d'un accord avec les employés ; chercher à réduire les coûts, retarder des investissements ...

Parallèlement, Vinatex envisage de demander au gouvernement d'exempter ou de retarder le paiement des cotisations sociales, de l'assurance chômage, des cotisations syndicales... Le groupe compte également demander à la Banque d'État et aux banques commerciales de reporter le remboursement des prêts...-VNA

## Industrie : le COVID-19 limite l'approvisionnement en matières premières

22/03/2020 13:12

Les secteurs utilisant des matériaux importés de Chine sont gravement touchés par l'épidémie de COVID-19. La fabrication et la transformation, qui représentent la part du lion du secteur industriel, sont les plus durement impactées.

"Un virus peut avoir des conséquences plus puissantes que n'importe quelle action terroriste", a considéré le directeur général de l'Organisation mondiale de la santé (OMS), Tedros Adhanom Ghebreyesus.

En effet, si le bilan continue de s'alourdir, le coronavirus ne sera pas sans conséquence sur de nombreux secteurs industriels. Au Vietnam, les plus durement touchés sont le textile, l'électronique, l'automobile, ainsi que l'industrie du cuir, de la chaussure et des sacs à main, selon le ministre de l'Industrie et du Commerce, Trần Tuấn Anh. Fin février à Hanoï, il a présidé une réunion visant à faire le point sur l'impact du COVID-19 concernant l'économie du pays. "Le secteur de la fabrication et de la transformation du Vietnam dépend largement des matériaux et des pièces importés de République de Corée, de Chine et du Japon", a-t-il expliqué.



*Le COVID-19 pèse de plus en plus sur les entreprises exportatrices, dont celles des secteurs du textile-habillement, de la chaussure et du cuir.*

Photo : VNA/CVN

L'an dernier, par exemple, les composants électroniques importés de ces trois pays au Vietnam représentaient respectivement 16,8 milliards, 13,8 milliards et 1,7 milliard d'USD. Par ailleurs, à la pénurie de matières premières s'ajoutent les difficultés d'écoulement des produits. Ces trois pays représentent une part importante du marché des produits les plus exportés du Vietnam tels que les vêtements, les chaussures, les sacs à main et ordinateurs.

### **Une production au ralenti**

Cette année, le Vietnam vise environ 42 milliards d'USD d'exportations textiles et quelque 24 milliards de produits du cuir et de la chaussure. Un objectif difficile à atteindre dans ce contexte de crise causée par le COVID-19 : l'industrie textile nationale importe actuellement 99% du coton, 70% des fibres et 80% des tissus, la Chine étant en tête des fournisseurs.

D'après Truong Van Câm, secrétaire général de l'Association du textile et de l'habillement du Vietnam (Vitas), plusieurs entreprises textiles vietnamiennes importent des matières premières de Wuhan. *"Les fermetures d'usines dans les provinces touchées par le virus ont affecté un grand nombre d'entreprises. Le nouveau coronavirus menace une pénurie de matières premières dans les mois qui viennent"*, a-t-il déploré.

Partageant cet avis, un responsable du ministère du Plan et de l'Investissement a indiqué que le textile, l'électronique, l'automobile, la chaussure, la sidérurgie, la fabrication sont pour les secteurs les plus impactés, car leurs matières premières proviennent majoritairement de Chine.

Par ailleurs, les difficultés d'importer des intrants de production nécessaires à de nombreux investissements chinois perturbent l'avancement des projets au Vietnam. Beaucoup de cadres, ingénieurs et experts chinois manquent à l'appel en raison des restrictions de voyage dues à l'épidémie.

Au 1<sup>er</sup> trimestre 2020, la croissance du secteur industriel du Vietnam devrait ralentir en raison des impacts négatifs du SARS-Cov-2, a prévu le Département général des statistiques (GSO).

Selon le GSO, le secteur de la fabrication et de la transformation ne devrait progresser que de 2,38% contre les 10,47% estimés avant l'épidémie. Le textile ne connaîtrait qu'une croissance de 1,9%, l'habillement de 1,5% et le secteur du cuir et de la chaussure augmenter de 0,5%. Sans le COVID-19, la croissance de ces filières auraient d'atteindre respectivement 10,5%, 7,9% et 8,5%. La production automobile et de métaux pourrait également ralentir, n'augmentant que de 6,9% et 5,2%.

Le GSO a donc proposé au gouvernement de remédier aux goulets d'étranglement afin d'accélérer la mise en œuvre des grands projets d'investissement public à l'échelle nationale. Il s'agit d'entreprendre des mesures de soutien, telles que la recherche de

fournisseurs alternatifs, la réduction des droits d'import et d'export, la stimulation de la consommation intérieure.

De son côté, le Premier ministre Nguyễn Xuân Phúc a souligné l'importance de combattre l'épidémie et de stimuler le développement socio-économique, appelant à trouver des solutions pour stabiliser la production domestique et soutenir le secteur tertiaire. Il faut également restructurer l'économie et réduire les dépenses publiques et les taxes appliquées à certains services. Le gouvernement doit aider les entreprises à trouver de nouvelles opportunités pour compenser les pertes du marché chinois, a-t-il indiqué.

### **Les efforts des entreprises**



*En 2020, le Vietnam vise 24 milliards d'USD d'exportation de produits du cuir et de la chaussure. Un objectif difficile à atteindre.*

Photo : VNA/CVN

Face aux difficultés liées à l'approvisionnement en matières premières, les entreprises ont rapidement trouvé des solutions pour importer d'autres pays ou stimuler la fabrication de produits. Ainsi, le Groupe national du textile et de l'habillement du Vietnam (Vinatex) a décidé de se concentrer sur la production de masques de protection, en particulier des masques antibactériens de la SARL unipersonnelle de tricotage Đông Xuân (Dệt Kim Đông Xuân). C'est une mesure de sauvetage, visant à aider les entreprises textiles à faire face aux difficultés causées par le COVID-19.

Hormis Dệt Kim Đông Xuân, d'autres compagnies de confection comme Nhà Bè, Huế, Hồ Guom... se sont aussi lancées dans la production de masques de protection, produisant chaque jour de 450.000 à 500.000 unités. Cependant, environ 90% des sociétés nationales sont des petites et moyennes entreprises (PME), nécessitant le soutien de l'État pour accélérer leur production.

Le Vietnam importe actuellement environ deux tiers des matières premières de Chine. Le volume importé avant le Têt traditionnel (Nouvel An lunaire) répond seulement aux commandes de février et l'industrie textile s'attend à une pénurie en mars. À l'heure actuelle, l'approvisionnement en matières premières et la logistique sont deux difficultés majeures pour les entreprises textiles et du cuir et de la chaussure. Le transport de marchandises par voies routière, ferroviaire et aérienne reste limité. Par conséquent, les entreprises ne peuvent pas garantir l'approvisionnement de leurs produits.

Selon Vitas, un certain nombre d'entreprises envisagent d'importer leurs matières premières vers d'autres marchés tels que l'Inde, le Bangladesh ou le Brésil... pour compenser la pénurie à venir. Une solution temporaire car les prix des partenaires chinois sont toujours plus bas que ceux des autres pays fournisseurs. Une alternative qui pourrait entraîner une hausse des coûts des produits finis, réduisant la compétitivité des marchandises du Vietnam. De plus, le salaire des travailleurs et les frais d'entretien des machines sont aussi des préoccupations de taille.

*"Dans le cas où l'épidémie en Chine continuerait de sévir dans les prochains mois, ces secteurs, au Vietnam et partout ailleurs, devront affronter de grands défis", a estimé un représentant de Vitas. Selon lui, le gouvernement doit soutenir les PME vietnamiennes, notamment dans l'accès aux crédits à taux préférentiel pour maintenir et assurer la production. À ce titre, le Vietnam renforcera son appel envers les multinationales à investir, surtout celles qui jouissent d'un avantage en termes de technologies, de capitaux et de compétences de gestion telles que l'Union européenne et les États-Unis.*

**Thê Linh/CVN**

## Entreprises cherchent matières premières désespérément

Les entreprises du textile, du cuir et de la chaussure, dont la production dépend largement des matières premières importées, sont appelées à étendre leurs chaînes d'approvisionnement.

**Samedi, mars 21, 2020 09:15**

Hanoi (VNA) - Le coronavirus pèse de plus en plus sur les entreprises du textile, du cuir et de la chaussure, dont la production dépend largement des matières premières importées de Chine. Elles sont appelées à étendre leurs chaînes d'approvisionnement.

### Encourager la production nationale

- Diêp Thành Kiêt, vice-président de l'Association vietnamienne du cuir, des chaussures et des sacs (Lefaso)



Un rapide sondage auprès des membres de Lefaso révèle que très peu d'entreprises ont suffisamment de stock de matières premières jusqu'à la mi-mars. Les plus durement touchées sont celles fabriquant des produits bas de gamme car elles restent entièrement tributaires des approvisionnements chinois en raison du faible coût.

D'une part, je pense que le gouvernement peut aider les entreprises nationales en les

encourageant à renforcer leur production de matières premières. Cependant, ces derniers temps, nous n'avons pas été en mesure de concurrencer les fournisseurs chinois car nos coûts de production sont plus élevés.

D'autre part, ayant des besoins différents d'importations de matières premières, les entreprises doivent se sauver elles-mêmes. Par exemple, pour les produits haut de gamme, le secteur du cuir et de la chaussure doit acheter davantage des matières premières à l'étranger. Mais pour ceux de gamme moyenne et inférieure, de nombreuses entreprises sont appelées à s'approvisionner jusqu'à plus de 65% grâce aux fournisseurs nationaux. Cependant, ce n'est pas le cas pour les entreprises de l'électronique dont la production dépend largement des composants électroniques importés de Chine.

### **Faciliter l'approvisionnement**

- Nguyễn Thi Tuyêt Mai, secrétaire générale adjointe de l'Association vietnamienne du textile et de l'habillement (Vitas)



Les entreprises textiles gèrent non seulement la prévention de l'épidémie de COVID-19 au sein de leur environnement de travail mais s'inquiètent aussi de la pénurie de matières premières. Selon les estimations de Vitas, l'industrie textile importe 60-70% de matières premières de Chine, principalement de tissu. Si les approvisionnements chinois continuent de stagner, cela deviendra un vrai casse-tête pour notre secteur.

De nombreux partenaires ont travaillé avec des entreprises pour remédier aux goulots d'étranglement dans l'approvisionnement en matières premières. Les producteurs à grande échelle pensent déjà à recourir à d'autres fournisseurs dont la Thaïlande. Mais il faut reconnaître que seuls les plus puissants peuvent le faire en raison de la hausse du prix des matières

premières.

### **Trouver de nouveaux fournisseurs**

- Trần Thanh Hai, directeur adjoint du Département de l'import-export (ministère de l'Industrie et du Commerce)



D'après les statistiques du ministère de l'Industrie et du Commerce, la Chine est le principal fournisseur du Vietnam en accessoires téléphoniques, matières plastiques, fer et acier, produits chimiques... Par conséquent, les entreprises vietnamiennes sont confrontées à une forte pénurie de matières premières suite aux fermetures de nombreuses usines chinoises à cause de l'épidémie de COVID-19.

Bien qu'avant le Nouvel An lunaire, les entreprises disposaient d'une certaine quantité de matières premières en stock, cette dernière arrivera à terme à la fin mars. Pour l'industrie textile vietnamienne, la Chine joue un rôle majeur en fournissant annuellement environ 60% de tissus, plus de 55% de fibres et quelque 45% de matériaux auxiliaires. La plupart des entreprises du secteur ne possèdent que des stocks suffisant à la production jusqu'à fin mars ou début avril. Au-delà de cette période, si l'épidémie n'est pas encore maîtrisée, la pénurie de matières premières sera inévitable.

Conscient de la situation, le ministère de l'Industrie et du Commerce a travaillé avec les Associations des entreprises des secteurs tels que le textile-habillement, le cuir et la chaussure, la mécanique, l'électronique et la chimie afin de bien comprendre la situation et proposer des solutions alternatives de matières premières. À l'heure actuelle, le ministère a identifié que des marchés tels que l'Indonésie, la Turquie et l'Union européenne sont en mesure de répondre aux besoins des entreprises vietnamiennes du textile-habillement et de la chaussure.

### **Réduire la dépendance aux importations**

- Truong Thanh Hoài, directeur du Département de l'industrie (ministère de l'Industrie et du Commerce)



Les mesures pour encourager et soutenir les entreprises dans la recherche de sources alternatives de matières premières sont primordiales. Les entreprises d'industries auxiliaires, notamment les fabricants au service du textile-habillement, du cuir et des chaussures doivent être secondées afin de renforcer leur production en vue de répondre en partie à la demande domestique.

Actuellement, un certain nombre d'entreprises d'investissements directs étrangers ont dévoilé au Département de l'industrie l'intention d'établir des partenariats avec des producteurs d'industries auxiliaires du Vietnam capables de devenir de nouveaux fournisseurs pour la production domestique. C'est bon signe. Sur le long terme, je pense qu'il faut développer les industries auxiliaires nationales pour réduire au fur et à mesure les dépendances aux importations. Il faut secondar ces industries dans leur capacité de production à travers des politiques d'assistance en matière de crédit, de sources humaines, de rénovation technologique ainsi que de privilèges fiscaux et fonciers, entre autres. – CVN/VNA

## Responding to new challenges

Wednesday, 2020-03-25



*Manufacturing shoes for exports at the Hanoi-based Thuong Dinh Footwear JSC. (Photo: kinhtedothi.vn)*

**NDO – Leaders of EU countries on March 17 agreed with the European Commission (EC) proposal on approving a common plan to close the European Union (EU)’s external borders in an unprecedented move to slow the spread of the COVID-19 pandemic.**

The closure of external borders is not a lockdown and in theory, goods transportation and trading activities are basically not restricted. However, according to the Ministry of Industry and Trade (MOIT), the move will still disrupt or slow down economy-trade flows, thus negatively affecting Vietnam’s exports to the EU. From a broader perspective, the epidemic is also causing world market demand to decline. Difficulties continue to besiege businesses, and may even result in more serious risks.

## **Shifting from lack of supply to lack of demand**

Supplies of raw materials for Vietnam's textile-garment and leather-footwear industries depend 65-70% on the Chinese market. Therefore, the outbreak of COVID-19 in the country has led to disruptions in the supply of materials during the past month, affecting the majority of Vietnam's textile-garment and leather-footwear enterprises. At present, the epidemic in China has gradually been brought under control, and suppliers have also begun to resume production, with most running at "full speed" to compensate for the previous period of stagnation. As reported by domestic garment and textile companies, concerns over a lack of raw materials are gradually declining, and the situation is expected to stabilise by the end of April. Under the scheduled scenario, this is also the time when garment and textile firms speed up and focus resources to compensate for deliveries planned for the previous month. However, the market is showing worrying new signs. According to Bach Thang Long, managing director at the Garment 10 Corporation, in the last week, enterprises had managed to arrange materials for the processing of orders, but the customers then proposed to suspend or stop production.

Many businesses had completed orders but were forced to postpone delivery at the request of customers. Obviously, the global economy has been significantly affected by the COVID-19 epidemic, resulting in a decline in both purchasing power and order volumes. This is a worrisome scenario that is impacting businesses and the labour force, while it is hard for enterprises themselves to find solutions.

"At present, it is difficult to assess the severity of the coming developments because it depends on disease control efforts around the world. But in my opinion, the impacts will increase in Q2 and Q3, and could possibly last until Q4. Then, there will be no orders to manufacture even though enterprises are able to manage materials. Such a trend is becoming more and more conspicuous. I just hope that it will not last too long

and the impacts will be not be so serious as the economy recovers following control of the epidemic,” Long stated.

### **Ready to cope with challenges**

The latest developments in the international arena show that Long’s worries are completely grounded. Immediately after March 17, the EU officially decided to close the borders for 30 days in an effort to prevent the spread of the COVID-19 epidemic. Theoretically, it is likely that the move will not directly impact import-export activities between Vietnam and the EU, because the restrictions are only applied to individuals’ travel, while goods transportation and trading activities are basically unrestricted. However, according to the MOIT’s assessment, the aforementioned epidemic control measures will in fact affect the speed of goods circulation from the stages of export, transportation, customs clearance, storage and loading & unloading to the stage of consumption, while disrupting or delaying economy-trade-service flows. In addition, the market’s supply-demand volumes, the demand for goods exchange, and trade activities between the EU and partners (including Vietnam) will be somewhat restricted. The demand for non-essential goods such as garments & textiles, leather & footwear, wood items and phones, which are Vietnam’s major export items to the EU market, will possibly decrease. Not only that, goods imported to EU countries by air may be significantly affected due to delayed and cancelled flights. Regulations concerning epidemic control are also likely to stagnate the signing of export orders between Vietnamese and EU partners and hinder bilateral trade and investment promotion activities in the near future.

Nguyen Anh Duong, head of the general research department at the Central Institute for Economic Management (CIEM), said that major economies such as the US and Europe are all focusing more drastically on COVID-19 prevention and control, and considering it as a top priority. As a small economy with high openness, Vietnam’s exports depend a lot on the US and European markets. Therefore, an impact on businesses is inevitable. The level of impact will rely on each industry as well as the

structure of enterprises' supplier networks. Given that fact, in addition to support policies, it is necessary to build an information channel for businesses to directly share experiences and effective measures to cope with the difficulties caused by the epidemic. For example, if they share the utilisation of capacity in the same industry, businesses will be able to increase cooperation in goods consumption.

Some experts have also said that, for the export-specialised enterprises, especially to European and US markets, these are irregular and short-term difficulties due to external impacts, but they could possibly turn into a long-term recession unless effective solutions are found. Therefore, this is the time when businesses must seek ways to survive and to promote the domestic market, because it promises to be very difficult to promote new export markets. Regarding general solutions, the Government has issued Directive No. 11/CT-TTg on urgent tasks and solutions to remove difficulties for production and business activities, which, if properly implemented, will have a positive impact on enterprises. Solutions related to fiscal policies such as tax exemption, reduction and extension will work to assist liquidity so that businesses can prioritise capital flows for production and survive this difficult period, while waiting for opportunities to recover.

**In the face of new developments of COVID-19, the Department of Industry will work with associations and businesses early next week to grasp their actual difficulties and propose measures to remove them. At the same time, the department will continue to review the markets yet to be affected by the epidemic to boost exports, while accelerating the resumption of exports to the Chinese, Republic of Korea and Japanese markets as the disease control work has seen positive progress. In addition, the MOIT will work with the Ministry of Transport to propose support measures concerning warehouse costs for businesses who have brought goods to the ports but are forced to delay delivery date at the request of partners.**

**Nguyen Cam Trang, Deputy Director of the Import-Export Department at the MOIT.**

# Why Coronavirus Will Dramatically Change The Retail Supply Chain, And How



**Walter Loeb** Senior Contributor  
Mar 20, 2020



JIUJIANG, CHINA - MARCH 16 2020: Workers assemble air conditioners on the production line at a TCL ... [+]

The novel coronavirus—officially SARS-CoV-2, which causes the COVID-19 disease—is causing drastic changes to the supply chain, a key retail operation already in flux.

For the last three years, geopolitical turmoil and shifting priorities have been setting the stage for gradual changes. Studies show that there has been a marked shift away from China to countries like Vietnam, Bangladesh, India and Mexico. However, the coronavirus has accelerated that action despite the fact that China seems to be recovering from COVID-19.

No other country matches the current manufacturing dominance of China, nor do any yet have the established infrastructure to support such a huge business. But with the end of the quota system, development of new capabilities and evolving environmental attitudes, the competitive playing field is changing. It is forcing retailers to confront a more complex situation and carefully review all of these factors before moving from an established, trusted entity. And now the virus further complicates the supply chain conversation.

**China** has been, and remains, the biggest country for soft goods production. According to a CGS (Computer Generated Solutions) survey, 30.75% of U.S. imports came from China as of October 2019. As of that date, for the 12-months ending in October 2019, imports from China declined 5.6% to \$22.13 Billion. Expectation at the time was that, despite any trade wars, China would continue to produce a major share of goods bound for the U.S even as that share declined somewhat. The infrastructure and know-how are unmatched in the rest of the world. I think, however, that the full effect of the coronavirus has not yet been measured. While some plants have reopened, reports suggest that productivity has not yet reached anywhere near capacity. COVID-19 seems to have abated to a point where some stores are reopening some locations.

The CGS report points out that while China had cheap labor 20 years ago, it is no longer recognized as a source of very cheap labor to produce goods. However, it has become a very efficient country as a result of investing in the apparel industry. One must also note that shipping time from Shanghai

to Los Angeles is 23 to 31 days; shorter than from any other country except Mexico.

Let's look at some of those beneficiary countries in the shift away from China.

**Bangladesh:** This is the second largest garment exporter after China. Its \$30 Billion garment sector produces apparel for some of the biggest retailers in the world. That manufacturing activity accounts for 80% of the country's export earnings. In the period ended October 2019, apparel shipments to the United States were up almost 10% to \$5.1 Billion. Footwear imports increased a whopping 32.6% in the same time period. Bangladesh is making its logistics more efficient. It did raise wages in 2019 and brought most of the garment workers under one digital wage system. Shipping time from Bangladesh to Los Angeles is 28 to 34 days.

**Vietnam:** Apparel exports from Vietnam to the United States in the period ended October 2019 increased 10.9% over the prior time period. There was also an increase in value in the exports of about \$11.7 Billion caused by an increase in wages. Vietnam has received an influx of investment according to the CGS report. The country is enjoying benefits of the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership, an agreement which gives partner nations duty-free access to Vietnam made goods. Since Vietnam is right next to China, it was easy for companies to transfer production there. They have built factories, mills, and wholesale supply chains according to one source. While all of this enhances Vietnam as a production site, there is some concern that a growing trade deficit may elicit tariffs. Shipping time from Vietnam to Los Angeles is 29 to 35 days, similar to Bangladesh.

**India:** In the period ended October 2019, imports to the United States were up 6.9% to \$3.6 Billion. Footwear imports increased by 5.4% during the

same time. In addition to cut-and-sew capabilities, India is building up its vertical resources. 74 textile parks have been approved; 18 are operational, and 32 are under development. To address human rights issues, the government is inspecting thousands of factories. In Spring 2019, the United States changed India's designation as a beneficiary developing country under the Generalized System of Preference program. More action could follow as the administration views what it deems to be a trade imbalance. Shipping time from India to Los Angeles is 31 to 37 days.

**Mexico:** As activity increased in these other countries, apparel imports from Mexico fell 5.6% in the first 10 months of 2019. Notable is that denim products increased 2.9% to \$690.4 Million. However, a new United States, Mexico, Canada Agreement was recently signed that will likely lead to more products from Mexico. The uncertainty of implementation of the agreement has forced companies to balance risk and opportunity factors. The country also faces some labor rights issues which could be disruptive. In addition, the government also raised the minimum wage by 20% on January 2020. Footwear exports fell by 13.2% in the first 10 months of 2019. Shipping time from Mexico City to Los Angeles is about 6 to 7 days.

While there is a shift from China to other countries for geopolitical reasons, a decision on where to source goods is still not clear cut. I see additional transfer activity happening because of concerns related to the coronavirus discussed above. Retailers were already seeking options outside of China to produce apparel. While there is operational sophistication in China that other countries still have to learn, I believe that China's recovery will be slow and painful even if new virus infections decrease.

Major U.S. retailers cannot wait. Orders have to be placed now for Christmas 2020, and deliveries must be certain. Transferring to a nearby country makes sense as some companies have already done. My figures only go to October 2019, but they give an indication of the shift. The coronavirus

adds uncertainty to near-term planning and adds urgency to accelerate the shift in production now. One could ask, “Who will be inscribed in the book of life?” when 2020 draws to a close.

19<sup>th</sup> March 2020, Hong Kong

# The effect of COVID 19 on global textiles and apparel supply chains



**John Kilmurray reports from Hong Kong**

When a person's health and livelihood are the most important factors in their day to day life, their apparel needs may seem of lesser importance.

That being said, the size and scale of the global apparel industry affects many people in many countries and needs to be kept in mind as when we "hopefully return to normal", the public will expect product availability to meet the technical and fashion/lifestyle requirements that they require and desire.

This article looks to detail how the world's production countries are managing, where their circumstances are not widely reported, and the focus is more placed on the consumer environment. The following is a reported commentary from active players engaged in the supply chain from production to shipping.

## ***China***

As the country where COVID 19 (also known as the coronavirus) started, China caused the initial disruption immediately following Chinese New Year closures. As rumours of the virus were ignited, many Chinese workers opted not to return to work without clarity on their safety. Added to this was a shift of production volume out of China, mainly for the US market, due to the imposed tariffs by the Trump administration.



As we now approach the two-month period since Chinese New Year, many workers have not returned to work as the confidence regarding health and job security is unclear. However, China has continued to function effectively for the following reasons:

- Production volumes moved been to other key production countries
- A percentage of end customers have cancelled a slight amount due to lack of consumer confidence, which has relieved some pressure. However, there have been outright cancellations
- A reliance as a textile hub in favour of finished product, i.e. shipping of yarns and fabrics to other production countries rather than managing the CMT within the country

#### *Bangladesh*

in the last fifteen years, Bangladesh has seriously embraced the vertical needs of its apparel exports. For the Spring Summer 2020 season, it was more than prepared for both imports of raw materials and utilizing local options. After detailed discussions, the key exporters advised that deliveries for Europe were/are 'business as usual' and US exports are managed with the daily challenges and requested changes being addressed.

#### *Vietnam*

Despite a massive move of sewing from China, there have been challenges that have been compounded by the virus impact on labour intensive areas.

### **Questions and answers**

The following is a straightforward response to industry driven questions – the answers are the consensus.

**John Kilmurray (JK):** What's happening with raw materials supply - local and overseas?  
"Some areas in fabric delivery has been affected but mills are progressing steadily."

**JK:** How about factory production, labour and delivery?

“Labour generally is stable. It’s too early to comment on delivery as we have not experienced any setbacks yet.”

**JK:** What about customer reaction and sentiment on current and next season orders?  
“Lifestyle are cutting orders but only QR’s. Sports, as their product cycle is long, we won’t see any issues here.”

**JK:** What are the logistical implications?  
“Hold up in land transport, border to border has backlogs (e.g. China-Vietnam). Avoid transport by land.”

**JK:** And on customer communications and their understanding of the production challenges?  
“Generally, they are understanding, it’s the trading companies (agents) that are not being understanding, as they will not bear the airfreight or compromise.”

**JK:** What short- and medium-term damage to your supply chain do you expect from this situation?  
“Spending has been frozen...”



## **Other countries**

### ***Indonesia & India***

Indonesia has certainly seen an increase in volumes, especially as finished product migrates from China. It continues to build on every element of supply chain needs, be it trim, labelling or packaging.

India is in a constant situation to expand on its product of distinct fabric offerings to match China’s core fabric in both knit and wovens. There are no significant call outs for delays or cancellations from customers.

### ***Thailand & Cambodia***

These countries are pursuing on the path of the focused products that match their skill set. Light sewing with raw materials ordered well in advance, ensure that intimates, tailoring and diversified sourcing options are working.

### ***Sri Lanka***

Like India in some ways, Sri Lanka has endeavoured to create a dedicated, high value, engineered product selection including intimates, lingerie and washed product, as well as embracing eco-production methods. Current production and deliveries are not under threat.

### ***Italy***

News from our yarn and fabric contacts inform us that all placed orders are shipping as requested. However, forward forecasting is not forthcoming from customers.

### ***Sub-Sahara***

Interest has returned to this area, as confidence in China is questioned and as a price versus lead-time scenario is being examined.

## **Conclusions**

In conclusion, the current seasons are being serviced with a small percentage of delivery failures. As of today, the greatest concern is the upcoming seasons with a lack of consumer confidence.

It is fair to expect that some mills, producers and retailers will not come through this period unscathed. However, by embracing modern communication tools, both suppliers and customers can support each other through valid and productive measures.

### **About the author**

John Kilmurray is a textiles and apparel industry veteran with 30+ years of experience, who has worked in production, product development, sourcing and sales for manufacturers, brands and retailers on a global basis. He has held senior positions with major companies - previous employers include Coats Viyella, Decathlon, Ciel Group, Limited Brands, Lands' End (Sears), Eddie Bauer and the Li & Fung Group. In his own global consultancy business John designs and manages global textiles and apparel industry supply chains. (email John Kilmurray at - [jkhongkong@yahoo.com](mailto:jkhongkong@yahoo.com).)

## The Global Garment Supply Chain Faces Significant Job Uncertainty Due to Coronavirus

March 20, 2020 - By TFL



The COVID-19 virus is officially has reached pandemic heights, sending stock markets across the globe into a flurry of volatility, and prompting government action in the form of strict travel restrictions, border closures, and stimulus packages. Some industries are struggling with a lack of supply (and in certain cases, a surge in demand), while others are being forced to close up shop, and send workers home for the foreseeable future, many without any benefits for their time off the clock.

Despite the significant and growing plight of employees in the U.S. and other Western nations in light of the severity of the coronavirus, some of the most vulnerable individuals from an economic perspective are those we cannot see, [according to Martijn Boersma](#), a senior lecturer at the University of Technology in Sydney, and Justine Nolan a professor of law at UNSW Sydney. The academics point to the 20,000 garment workers in Cambodia, who are currently facing job losses from factory closures because of shortages of raw materials from China and reduced orders from buyers in virus-affected locations, including the United States and Europe.

Meanwhile, “Thousands have already lost their jobs in Myanmar,” they state, and “garment workers in Sri Lanka and Bangladesh are similarly uncertain” about the future of their employment. This indeterminate reality is shared by “factory workers in Bangladesh could go hungry as global fashion brands have canceled or delayed orders worth \$138 million due to coronavirus,” [Reuters reported](#) on Thursday.

According to the publication, “More than 100 Bangladeshi factories have already lost orders, manufacturers said, as retail sales plummeted globally and giants like Zara owner Inditex and H&M temporarily closed stores in Europe – the current epicenter of the flu-like virus,” with U.S. operations expected to follow, as cities like New York and Los Angeles observe mandates of “social distancing” to help slow the spread of the novel virus.

Bangladesh, which is the second largest exporter of garments in the world after China, “is heavily-reliant on top fashion brands, employing more than 4 million people, mostly women, and accounts for more than 80 percent of its exports.” This is why Rubana Huq, president of the Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association, a Dhaka-based trade group with more than 4,000 garment manufacturer members, is urging brands “to continue taking our orders until June, and to support us in any form so that the workers don’t go hungry.”

“These workers live hand-to-mouth and they are panicked because they have heard that orders are being canceled,” Kalpona Akter, founder of the Bangladesh Centre for Worker Solidarity, told Reuters.

With so many jobs on the line, Boersma and Nolan say they fear that working conditions risk quickly deteriorating at the hands of unscrupulous employers, particularly as worker desperation rises. “This can result in modern slavery, including situations of forced labor,” they state, noting the already-precarious conditions that are regularly created when “purchasing practices [by large apparel companies] put extreme pressure on suppliers [by way of] extremely tight production windows, short-term contracts, last-minute or short-term orders and severe payment terms.”

“A global economic crisis,” such as the continued spread of COVID-19 and the severe economic implications that with it, “might make these conditions worse,” the academics assert. As such, “it is vital that companies engage and collaborate with others, including suppliers, workers and the public in order to understand how best to address these risks,” and that Western giants – whether it be Apple and Amazon or Zara and H&M – “drill down beyond their

direct suppliers” and to the extent possible, “consider not only risks to their [immediate] businesses, but also the risks their businesses pose to others, including their indirect employees.”



## Textile professionals discuss the effects of coronavirus

*In the panel organized by EGSD, sector professionals discussed the effects of the outbreak on the industry.*

19 March 2020



The coronavirus outbreak continues to affect people and economies deeply. On the one hand, while the number of cases and deaths increase, on the other hand, due to the decisions taken, it has a shrinking effect on the economies. In this context, the effects of the outbreak on the Turkish economy and in particular on the Turkish textile and apparel industry are on the agenda. Aegean Clothing Industrialists Association (EGSD) organized a panel titled "Reflections of corona virus to the textile and apparel industry in the national and international market".

The names among the speakers of the panel organized under the moderation of the Aegean Ready Wear and Apparel Exporters Union (EHKİB) Chairman Burak Sertbaş were as; Hugo Boss Assistant General Manager Nurgül Şahin, LC Waikiki Supply Manager Şenol Dallı, LC Waikiki Overseas Procurement Manager Yaşar Bozkurt, Söktaş Vice President Seyhan Aktemur, and Narkonteks textile company owner, EHKİB Vice Chairman and Turkey Clothing Manufacturers' Association (TGSD) Vice Chairman of the Board Toygar Narbay.

.../...

EGSD Chairman Hayati Ertuğrul stated that they organized this event in order to inform the sector representatives about the coronavirus outbreak and to address the effects of the outbreak on the sector. Ertuğrul; "Textiles and ready-to-wear, which is a human-intensive sector, is affected by this outbreak in every sense. Textile and ready-to-wear should take urgent measures in this sense."

## **Half of Hugo Boss's stores in China closed due to outbreak**

Hugo Boss Assistant General Manager Nurgül Şahin explained that, as a global brand, they were affected by this outbreak like other brands and took precautions accordingly. Underlining that they are in a labour-intensive sector, Şahin noted that human health is at risk due to the outbreak. Stating that this outbreak had a great impact on the supply chain, Şahin said; "For this reason, effective management is very important. I would like to give an example of the effect of this outbreak. Half of Hugo Boss's 150 stores in China were closed last month (February). You will have to manage the right operations effectively, or there will be companies that will be in a very difficult situation".

## **EGSD panel speaker Yaşar Bozkurt; "Our shelves are full but our stores are empty"**

One of Turkey's largest clothing retailers Lc Waikiki's Overseas Procurement Manager Yaşar Bozkurt, in his speech announced that they do not have cancellation of orders from China. Pointing out that some companies are trying to shift their purchases from China to other countries, Bozkurt said that the big brands have filled the limited capacities of the fabric factories in Bangladesh. Stating that LC Waikiki will increase to 1200 stores by the end of 2020, Bozkurt said; "The effect of this outbreak is now on end consumers and sales rather than production. While companies shift their supply to other countries to overcome the production problem, our main problem is end consumers and customers. In short, as a sector, our shelves are full, but our stores are empty".

Lc Waikiki Supply Manager Şenol Dallı said that one of every 10 manufacturer in Turkey worked for LC Waikiki. Stating that they continued to capacity development in Turkey; Dallı announced that they have supported a lot of established apparel companies. Dallı argued that the sector is trying to take measures against this outbreak; but the sector will have difficulty in the event of another outbreak.

## **China is rapidly regaining its sectoral power**

Söktaş Assistant General Manager Seyhan Aktemur said that as suppliers; they have to distribute the risk and find alternative supply channels. Aktemur indicated that in order to protect competitiveness, those produced in Turkey and import items should be re-evaluated. Reminding that shipments from China started again as of the end of February; Aktemur said that Chinese companies are working with 80% capacity. Aktemur added that the number of cases in China has decreased; and that China has rapidly regained its former sectoral power.

## **China will have a growth below 4% in 2020**

EHKİB Vice President Toygar Narbay stated that China is expected to grow below 4% in 2020 due to the outbreak. Narbay said that China is the world's biggest power in textile and ready-to-wear; and that the Chinese economy is 7.7% dependent on ready-to-wear and textile industry. Narbay said that the issue gained more importance due to the China-US trade agreement.