








































Sommaire / Summary

	Algérie : la difficile relance du textile	1
	Algérie : une marque française s'installe en Algérie	3
	Cambodge : le Premier Ministre affirme la stabilité de la situation du pays	5
	Cambodia : a close look at the garment sector with GMAC's John Cha	6
	Cambodia : garment buyers asked to bring in tech	9
	Cambodia : garment exports to grow 5 %	11
	Cambodia : private sector worried over universal wage law	13
	Cambodia : Walmart deal boosts garment industry	15
	Cambodia : World Bank outlook remains bright despite political concern	17
	China : Italian, Chinese businesses eye growth opportunities under Belt and Road	20
	China's quest for clean air is shaking up industry and prices	23
	Ethiopia bets on clothes to fashion industrial future	27
	Ethiopie : les entreprises chinoises continuent d'investir en Ethiopie	31
	France : Lectra : « Le marché apprécie notre modèle économique »	32
	France : les Français réduisent de plus en plus leur budget « habillement »	34
	France : Armor-Lux choisit Lectra Fashion PLM 4.0	37
	Ile Maurice : Ciel Textile se mesure aux milliardaires de la vente en ligne	39
	Jordan : stakeholders agree Jordan the underdog in Turkey FTA, but....	41
	Maroc : Decathlon fait du Maroc sa porte d'entrée vers l'Afrique	44
	Maroc : Automobile : le défi de monter de nouvelles filières	46
	Maroc : importations européennes : excellentes performances du Maroc	50
	Maroc : 50 % des emplois menacés par l'Intelligence Artificielle ?	51
	Maroc : nouvelle offensive pour faire amender l'ALE avec les USA	53
	Morocco jostling to become sourcing hub for European fast fashion industry	55
	Pakistan : Govt asked to devise strategy for supporting textile sector	57
	Pakistan : textile, clothing products exports up by over 7pc	60
	Sri Lanka apparel exports rise after reinstatement of EU GSP+	62
	Synthetic textile raw materials getting costlier with rising crude oil price	65
	Tunisie : la Hollande donne un coup de pouce au textile	67
	Turkey-made invisible fabric to sell to NATO countries	69
	Turquie : des messages de détresse dans les vêtements de la marque Zara	71
	UK : Brexit could benefit the UK textile & clothing industry	74
	USA : recul des importations d'habillement (9 premiers mois de 2017)	76
	USA : Texworld USA returns to the Javits Convention Center in January 2018	78
	Vietnam : apparel firms advised to increase technology application	81
	Vietnam largets textile & garment expo attracts hundreds of int'l brands	83
	Vietnam : foreign brands up to ante in fashion market	84
	Vietnam : la haute couture se réinvente avec les tissus traditionnels	88
	Vietnamese fashion brands warn they may lose home market	91

Un marché dominé par l'importation

La difficile relance du textile

Le 16.11.17



Les professionnels du secteur du textile et de l'habillement, fortement dépendant des approvisionnements extérieurs, se plaignent d'une série d'écueils qui empêchent une véritable relance de leur filière.

Aujourd'hui, 96% des vêtements écoulés sur le marché algérien sont importés, selon des chiffres fournis par le ministère de l'Industrie. Un marché juteux pour la Chine et la Turquie qui ont, à elles seules, accaparé 60% du marché des importations en produits textiles et vêtements.

L'industrie du textile et de l'habillement, qui traîne encore comme un boulet les profondes séquelles de sa déstructuration durant les années 1990, éprouve toutes les peines du monde à renaître de ses cendres. « Il y a une reprise timide de la production, alimentée essentiellement par la commande publique (corps constitués, police et Protection civile). Mais cela reste en deçà des espérances du gouvernement », résume Amar Tadjout, secrétaire général de la Fédération textiles et cuirs à l'UGTA.

Les professionnels du secteur du textile et de l'habillement, fortement dépendant des approvisionnements extérieurs, se plaignent d'une série d'écueils qui empêchent une véritable

relance de leur filière. En tête des préoccupations, la féroce concurrence, notamment du textile chinois et turc. Aujourd'hui, 96% des vêtements sur le marché algérien sont importés, d'après de récents chiffres du ministère de l'Industrie.

Un rendement juteux pour la Chine et la Turquie qui ont, toutes deux, accaparé 60% du marché des importations en produits textiles et vêtements entre 2010-2015, selon des statistiques publiées par les Douanes. Ces importations massives ont mis sérieusement à rude épreuve les performances des entreprises de la filière, également confrontées à la concurrence déloyale du commerce informel et de la contrefaçon.

En outre, les lenteurs des formalités d'obtention de crédits bancaires nécessaires à l'importation de la matière première donnent des maux de tête aux dirigeants de ces entreprises. Cette situation induit parfois des retards dans l'approvisionnement en matière première et des difficultés de trésorerie pour les entreprises.

«Quand vous perdez deux à trois mois, ce n'est pas bon pour l'entreprise. Si vous ne respectez pas vos engagements vis-à-vis de votre client, si vous lui remettez la commande avec deux à trois mois de retard, il mettra fin à la relation commerciale», déplore le syndicaliste. A cette contrainte s'ajoute une autre relative au régime fiscal jugé défavorable. Les producteurs algériens de textiles sont contraints de s'acquitter d'une taxe douanière de 30% pour le tissu importé destiné à la transformation, au même titre que les importateurs.

«On oblige les producteurs à payer 30% de taxe de douane, parce que c'est considéré comme un produit fini. Or, ce produit importé est appelé à être transformé en chemise. Sur le plan du marché, on n'est pas compétitif. La taxe douanière de 30% pour le transformateur génère aussi des répercussions sur le prix de revient», poursuit notre interlocuteur. Découragés par une taxe qu'ils trouvent injuste, des opérateurs algériens produisent à titre d'exemple de la chemise en Turquie avant de la revendre en Algérie.

Chute libre

Aujourd'hui, le textile algérien couvre seulement 4% des besoins locaux et ne représente au que 0,15% du PIB national. Pourtant, il était l'un des fleurons de l'économie avec 150 millions de mètres linéaires fabriqués, tous types de tissus confondus (habillement et ameublement). Il représentait 5000 entreprises publiques ou privées, 200 000 salariés, dont 55 000 dans le public.

La production nationale représentait 75% du marché. Pour Amar Takdjout, la filière du textile et de l'habillement paye aujourd'hui le prix d'une politique de désertification, entamée à partir des années 1990, au profit de l'import-import. «Il y a eu beaucoup d'erreurs. On a opéré une ouverture brutale du marché.

Les trois quarts des professionnels s'étaient reconvertis en importateurs. On a carrément substitué l'importation à la production», se souvient-il. En effet, le passage de l'Algérie à une économie de marché et les effets du plan d'ajustement structurel ont marqué le début de la disparition des entreprises de textile, qui ont perdu environ la majorité de leurs effectifs employés et la chute de leur production.

Près de trente ans plus tard, seule une poignée de sociétés continuent de subsister. «Maintenant, inciter les gens à reprendre l'activité et produire est quelque chose de très compliqué. Quand vous détruisez votre économie pendant 20 ans (...), il n'est pas facile de relever le défi de la relance. Il faudrait 20-30 ans pour reconstruire» une filière déstructurée, analyse Amar Takdjout. Même au

temps de l'aisance financière, l'industrie du textile stagnait, alors que les importations massives de textiles et de vêtements enregistraient des records.

Une relance qui tarde

Il a fallu attendre l'année 2011 pour que les pouvoirs publics daignent accorder une attention à cette filière à travers la mise en œuvre d'un plan de restructuration de 135 milliards de dinars (2 milliards de dollars). Dans le détail, ce plan dont l'objectif était de réanimer la production textile algérienne, consacrait 3,9 milliards de dinars pour prendre en charge la dette fiscale, 54,4 milliards de dinars pour le rachat du découvert bancaire enregistré auprès de la Banque d'Algérie, 9,7 milliards de dinars pour le rachat de la dette d'investissement et 1,3 milliard de dinars pour le paiement des dettes envers le liquidateur, le reste de la manne était consacré à l'investissement et au développement de l'outil de production.

Plus de six ans après le déploiement de ce plan dit de sauvetage, la machine demeure grippée et la relance tant attendue n'est toujours pas au rendez-vous. «La production n'a pas encore démarré dans certaines entreprises qui ont engagé de lourds investissements. Il a fallu 1 à 2 ans pour acheter du matériel et des équipements parce qu'il fallait passer par diverses procédures dont les appels d'offres.

Certaines entreprises ont finalisé leur investissement il y a encore six mois, d'autres sont en voie de finalisation, alors que l'échéance du remboursement des crédits est tombée», souligne le secrétaire général de la Fédération textiles et cuirs à l'UGTA. Face à cette situation, sa fédération a proposé à l'ancien ministre de l'Industrie de différer le remboursement des crédits d'investissement de deux à trois années supplémentaires pour permettre aux entreprises de faire tourner leurs machines dans des conditions optimales.

«Il a trouvé notre proposition juste, mais il est parti avant de faire quoi que ce soit ! Son remplaçant, on a demandé à le voir. Mais il n'a pas encore donné son accord pour le moment», précise-t-il. En attendant, le salut de la branche textile et confection pourrait venir du complexe industriel de textile de Relizane, réalisé dans le cadre d'un partenariat algéro-turc.

Ce site industriel vise à répondre à la demande locale en matière d'habillement avec 40% de sa production destinée au marché national. Cette usine produira 30 millions de mètres linéaires de tissu destinés à la confection de 12 millions de jeans par année. Les partenaires du projet prévoient de consacrer 60% de la production à l'exportation.

«Ce partenariat peut servir de point d'appui pour l'ensemble de la filière», espère Amar Tadjout. Globalement, les capacités de production de textiles et d'habillement devraient atteindre 20% de parts de marché. Avec le complexe industriel de Relizane, la filière totalisera environ 50 000 emplois et pourrait atteindre à terme le cap de 200 000 travailleurs, d'après lui. Cependant, « il faut des mécanismes et des outils d'aide et d'accompagnement. On doit créer les conditions pour récupérer davantage de parts de marché», conclut-il.

Habillement : une marque française s'installe en Algérie

20 Nov. 2017 à 13:14



Pomm'Poire, une marque française spécialisée dans la confection et la commercialisation de lingerie, va ouvrir des points de vente en Algérie à la fin de l'année en cours ou en début de l'année 2018, rapporte ce lundi 20 novembre le site Fashion Network.

En effet, la jeune marque, qui fêtera ses cinq ans en février 2018, a signé un contrat d'exclusivité territoriale avec un partenaire algérien pour pouvoir exporter ses dessous en Algérie. Le nom du partenaire n'a pas été dévoilé.

Les produits de la marque étaient exclusivement vendus sur Internet à son lancement. En 2015, Pomm'Poire a ouvert une première boutique physique à Tours, une ville située dans le centre de la France. Elle s'est, par la suite, rapidement développée en multimarques spécialisées avec son positionnement compétitif, selon la même source

Le Premier ministre cambodgien affirme la stabilité de la situation du pays

23/11/2017 11:29

Le Premier ministre cambodgien Samdech Techo Hun Sen a affirmé la stabilité de la situation du pays après que le Parti du sauvetage national du Cambodge (CNRP) a été dissout selon la décision de la Cour suprême.



Le Premier ministre cambodgien Samdech Techo Hun Sen.

Photo : Xinhua/VNA/CVN

Lors d'une rencontre avec les ouvriers d'une usine de textile à Phnom Penh, Samdech Techo Hun Sen a assuré que la situation du pays était stable, que toutes les activités se déroulaient de manière normale et qu'il n'y avait aucune crise politique. Il a aussi affirmé que les secteurs de textile-habillement, du cuir et des chaussures n'étaient pas affectés par cette décision car le Cambodge a plusieurs partenaires commerciaux.

Le textile et l'habillement et le cuir et les chaussures sont les secteurs d'exportation majeurs du Cambodge, avec 754.000 emplois et représentant 74% des exportations nationales avec 7,3 milliards de dollars réalisés en 2016. Leurs produits sont exportés vers les États-Unis et l'Union européenne.

Pour rappel, la Cour suprême du Cambodge avait ordonné le 16 novembre la dissolution du CNRP et interdit à 118 membres dirigeants de cette formation d'exercer des activités politiques pendant cinq ans, accusés d'avoir comploté avec les étrangers contre le gouvernement légal du royaume. Dans une déclaration diffusée à la Télévision nationale, le Premier ministre cambodgien a affirmé que les élections législatives se dérouleront comme prévu en juillet 2018.

A close look at the garment sector with GMAC's John Cha

May Kunmakara / Khmer Times October 30, 2017



John Cha, member of GMAC's executive committee. KT/Chor Sokunthea

The garment and footwear industry is one of the main pillars of Cambodia's economic growth, accounting for about 80 percent of the nation's exports. Over the last 10 years, we've seen the growth rate of the country decelerate, going from double-digit figures to single-digit due to an increase in regional competition, low productivity and the rising cost of labour. The government recently approved a new minimum wage for the sector, set to come into effect in January next year, which will increase the minimum salary of workers from \$153 to \$170.

To discuss these and other issues, Khmer Times' May Kunmakara sat down with John Cha, an executive committee member of the Garment Manufacturers

Association of Cambodia (GMAC). Mr Cha is also the head of the organising committee of the recently held “National Career and Productivity Fair”, which sought to bring to the fore the challenges for the industry in the years to come.

KT: When it comes to garments, how do you define productivity?

Mr Cha: Productivity is about working smarter, not harder. It’s about doing new things or improving the way existing things are done to create value and results. There’s always future work to do to raise value. Productive organisations focus on increasing performance by changing the way people work to be more effective and achieve greater results.

KT: GMAC organised a productivity fair on October 27. What did this event mean for the industry?

Mr Cha: The fair was also a forum to hold discussions on the topic of productivity improvement. Experts from Japan, South Korea, India, Malaysia and Cambodia shared their experiences in productivity development strategies and how to implement them. Experts also lectured on Kaizen initiatives and techniques, which is a Japanese term that loosely translates to “continuous improvement”.

KT: What has your organisation been doing to improve productivity?

Mr Cha: GMAC, together with the government and other stakeholders, is working towards improving not just labour productivity but also total factor productivity, which refers to the portion of output not explained by the amount of inputs used in production. We need to create a work environment conducive to the implementation of productivity improvement initiatives at industry level as well as at factory level.

GMAC, for example, is investing in capacity development for its member factories. Our Cambodia Garment Training Institute (CGTI) provides a full range of skill development courses tailored to the needs of our factories. I understand that governmental agencies in Cambodia are also doing their part with different strategies.

KT: Starting in January 2018, the minimum wage for the sector will increase by \$17. What is GMAC’s view on the different raises the minimum wage has had over the years? How will the new minimum salary affect the industry?

Mr Cha: Wages will increase over the years. The challenge is to improve productivity levels to match this. Judging from feedback within the garment and footwear sectors, the level of productivity is still behind China and Vietnam. We, together with all other stakeholders, need to work hard on this.

KT: According to the latest figures from the Ministry of Commerce, export growth for garments and footwear products is decelerating. What do you think is causing this?

Mr Cha: That's not exactly accurate. In fact, over the last few years, the growth rate of total exports has enjoyed a steady growth. However, of late, export growth for footwear and travel goods has grown much faster.

KT: Recently, the Ethical Trading Initiative (ETI) said there was a lot of room for progress in the garment sector and many opportunities for the government and buyer companies to work together towards a better future for the industry. What's your view on this?

Mr Cha: There could be some misunderstanding in this regard. Cambodia is in fact at the forefront of upholding good labour practices in the area of ethics, particularly for the garment and footwear industries. For example, the country has rectified all core labour standards. In fact, most of these are actually incorporated into the Labour Law. Our program, which is being audited on labour and occupational health and safety practices by Better Factories Cambodia (BFC), has proven to be exemplary.

Our 'tripartism' approach in solving labour related disputes and our minimum wage negotiation process are definitely praiseworthy. Our efforts in eliminating child labour are another success story. Overall, we were not given credit where due. Of course, we can always improve further.

KT: With the elections coming up next year, many predict a slow year when it comes to business. What do you think the effect will be on the garment industry?

Mr Cha: For any country in the world, general elections are always a tough time. As business people, we hope for a peaceful and stable electoral process.

Garment buyers asked to bring in tech

November 17, 2017



Industry insiders believe productivity in Cambodian factories is too low. KT/Ven Rathavong

The government is calling on international buyers to increase investment in the garment and footwear sector and to introduce new technologies to help modernise the industry, according to a senior official from the Ministry of Commerce (MoC).

Speaking during a meeting on Tuesday with representatives from global clothing brands and unions, MoC's secretary of state Ok Bung said the garment sector is burdened by low productivity brought about by outdated technology, which sinks the country into low positions within global value chains.

"I would like to request all buyers to participate in the investment and transfer of new technologies to the sector in order to help boost our exports," Mr Bung said.

H&M, Next, C&A, Debenhams, Inditex, Kmart-Australia and Primark were some of the global companies represented at Tuesday's meeting, as well as international union federation IndustriALL.

Frank Hoffer, the executive director of Action, Collaboration and Transformation (ACT), who spoke on behalf of participating global brands, said one of their priorities as buyers is to strengthen cooperation among all stakeholders in the garment and textile industry.

ACT is an initiative between international brands and retailers, manufacturers and trade unions to address the issue of living wages in the textile and garment supply chain.

Mr Hoffer especially asked for enhanced discussion with the government on the state of the industry.

He requested the MoC's support to set up a workshop with buyers, unions, factory owners and government agencies to hear from all sides and collectively prepare a strategy to guide development in the sector.

"I would also like all stakeholders to aim for a healthy balance between minimum wage and productivity that would benefit workers, as well as buyers and factory owners," Mr Hoffer said.

Ken Loo, the secretary-general of GMAC, said recently that garment exports will be expanding at a rate of five percent by the end of the year, adding that he expects similar growth in coming years if certain issues hindering the industry are addressed.

He said issues now hampering the sector include high production costs, low productivity and access to a limited number of markets.

"If we take care of these issues, the industry will continue to grow," he said.

"When the minimum wage is raised to \$170 in January, more factories will encounter difficulties if things don't change. We hope there is a change in productivity, a reduction in the cost of doing business and new governmental policies to help investors," he added.

According to the MoC's figures, Cambodia's total export volume reached \$9 billion during the first nine months of the year. Eighty percent of that trade consisted of garments or footwear.

In 2016, Cambodia's garment and footwear industry had 786 factories and a workforce of more than 700,000 people. The main export markets for Cambodian garments are the EU, the US, China, New Zealand and Japan.

October 26, 2017

GMAC: Garment exports to grow 5%

Chea Vannak / Khmer Times **No Comments** Share:



Ken Loo, secretary-general of GMAC. KT/Chor Sokunthea

Exports of garments and footwear products will grow by five percent this year, with similar growth rates expected for the next five years, a representative of the Garment Manufacturers Association in Cambodia (GMAC) said yesterday.

Ken Loo, the secretary-general of GMAC, said garment exports will be expanding at a rate of five percent by the end of the year, adding that he expects similar growth in coming years if certain issues hindering the industry are addressed.

Issues now hampering the sector are high production costs, low productivity and access to a limited number of markets, Mr Loo said.



Workers at a local footwear factory. KT/Ven Rathavong

“If we take care of these issues, the industry will continue to grow,” he said.

“When the minimum wage is raised to \$170 in January, more factories will encounter difficulties if things don’t change. We hope there is a change in productivity, a reduction in the cost of doing business and new governmental policies to help investors,” he added.

Exports in the sector already increased six percent during the first nine months of the year, compared with the same period in 2016, Mr Loo said.

According to Kao Kosal, the director-general for trade support service at the Ministry of Commerce, Cambodia’s total export volume reached \$9 billion from January to September this year.

Eighty percent of that trade consisted of garments or footwear.

Mr Kosal, speaking during the Cambodia Textile Summit, said the government is working on getting access to more markets for locally manufactured garments, as well as negotiating more favourable trade deals with the European Union and the US.

Twenty-five new garment factories have begun operations since the beginning of the year, but 53 have closed, alleging high costs as the reason for discontinuing operations, according to GMAC’s figures.

Exports of garments and footwear products rose 7.2 percent last year, reaching \$7.3 billion.

Private sector worried over universal wage law

Robin Spiess | Publication date 23 November 2017 | 00:00 ICT



Employees leave a garment factory in Phnom Penh's Meanchey district after work. [Pha Lina](#)

The private sector is concerned that the **newly proposed universal minimum wage law**, which is reportedly being drafted by the government and comes on the heels of numerous new labour regulations, has created a climate of uncertainty, according to an industry expert.

Sok Lor, Secretary-General of the Cambodian Federation of Employers, said at an event yesterday that new labour regulations, which include a national social security scheme and a higher minimum wage for garment workers, have already put businesses on edge.

Additionally, he added that the government has been in talks about introducing a new federal minimum wage law, rather than solely focusing on the garment sector, for months now. The Ministry of Labor is expected to send a draft of the law to the Council of Ministers by the end of the year.

“This draft would set up a framework for minimum wage negotiations,” he said, stressing that an official wage was not expected to be set for months as further discussions within the government are pending.

Lor said that while the government has provided little insight into its own negotiations, he could only hypothesise whether a universal wage law would be modeled after the garment industry's new minimum wage of \$170 per month.

Regardless, he said that the private sector would not be able to fight any government decision.

“It is politically incorrect to say employees should not have increased wages,” he said. “But from the employer’s position, wage has to be attached to productivity.”

However, he expressed concerns that new regulations were merely stemming from populist policies linked to the current political climate.

“The government has to have something new to announce intermittently, considering the political state of the country,” he said. “However, after the election, I believe some labour policies will continue to be formulated, but the process will probably become slower – especially in relation to universal minimum wage.”

Moeun Tola, director of labour rights group Central, said that if a universal minimum wage is adopted, it should reflect the increased cost of living, not an employer’s perception of productivity or profits.

“In the city, the cost of housing is very high, and prices increase every day because of inflation,” he said. “Maybe my expectation is very high, but I think at least [a minimum wage of] \$180 for all workers would be good.”

November 8, 2017

Walmart deal boosts garment industry

Chea Vannak / Khmer Times **No Comments** Share:



Scott Price, CEO of Walmart Asia. Supplied

The US multinational Walmart has said it will buy more garment, footwear and luggage products from Cambodia next year due to increased capacity from suppliers and improved labour conditions in the country.

Scott Price, a senior executive at Walmart International, yesterday made the commitment at a meeting with Labour Minister Ith Samheng in Phnom Penh.

Mr Samheng said Walmart executives had told him they wanted to increase orders since they were happy with the quality of garment, footwear and luggage products bearing the “Made in Cambodia” label.

“After visiting Cambodia, Walmart understands the working conditions of factory staff and can see that we do not allow labour abuse,” he said.

“Factories also have the capacity to supply the products, so Walmart has decided to increase orders from Cambodia.”

Mr Samheng said Walmart is a big buyer of garment products from Cambodia, but declined to put a figure on the value of its business.

Walmart is a chain of large stores with branches in most US states.

Garment and footwear exports to the United States were valued at \$3.7 billion in the first half of this year, up 6.9 percent, according to the Labour Ministry.

The US government last year granted duty-free benefits for Cambodia for the export of travel goods such as luggage, backpacks, handbags and wallets under the Generalised System of Preferences.

The monthly minimum wage for garment and footwear sector workers will increase to \$170 from January.

According to the general department of customs and excise, garment and footwear exports increased to \$7.3 billion in 2016, up by 7.2 percent on the previous year.



World Bank outlook remains bright despite political concern

Kali Kotoski | Publication date 23 November 2017 | 00:00 ICT



Employees work on a production line on the outskirts of Phnom Penh. [Hong Menea](#)

World Bank outlook remains bright despite political concern

Thu, 23 November 2017

Kali Kotoski

Cambodia's economy is predicted to remain strong and resilient for the next two years, fuelled by a shift to higher value-added manufacturing, despite lingering concerns over political stability and the slowed growth of both the construction and garment sectors, the World Bank said yesterday in its latest review of the Cambodian economy.

The Kingdom's robust GDP growth is expected to reach 6.9 percent in 2018 and remain almost as high at 6.7 percent in 2019, thanks to increased export diversification of footwear, electrical machinery and auto parts as well as healthy inflows of foreign direct investment (FDI), the World Bank said in its Cambodia Economic Update for October 2017.

However, downside risks – including the possibility of a slowdown in the regional economy, especially from China and “potential election-related uncertainties” – still remain.

World Bank Country Manager for Cambodia Inguna Dobraja said that while the Kingdom “appears to be on the verge of climbing up the manufacturing value chains”, this change could bring new challenges to the economy.

“To succeed in boosting export diversification, Cambodia would need to undertake deeper structural reforms that address high electricity and logistics costs, as well as skills gaps,” she said.

The report noted that in 2012, the Kingdom had 46 factories dedicated to electrical machinery and auto parts, accounting for a 5.1 percent share of the manufacturing industry. As of August of this year, the number of factories had increased to 121 and accounted for 7.1 percent of manufacturing.

“Cambodia will not be able to rely on the same factors that drove strong growth and production over the last two decades,” Dobraja said.

The report said that despite the Kingdom’s pivotal garment sector still trending in positive territory, with exports for the first six months of this year valued at \$3.3 billion, growth slipped to 5.4 percent compared to 8.4 percent in the first half of 2016.

The garment and footwear industry, which tallied over \$7.3 billion in exports last year and provides jobs to about 700,000 workers, is currently the thickest pillar of Cambodia’s economy.

However, Miguel Eduardo Sanchez Martin, senior country economist for the World Bank in Cambodia, warned that increased competition, looming wage hikes and modest improvements in productivity could stifle FDI into the sector.

He added that while export diversification into higher value-added manufacturing could offset any potential future garment losses, Cambodia lagged far behind Vietnam and Thailand in industry diversification.

“Hopefully Cambodia can follow [these countries’] models in the future, but for that to happen it is important to overcome the challenge of high electricity costs,” he said. “Cambodia may be losing some potential investors that do energy-intense manufacturing processes because of the high cost of electricity.”

The report said that a lack of competitive bidding in energy generation, fragmentation in transmission and distribution as well as the government’s Industrial Development Policy 2015-2025 showed almost no planned reduction in electricity prices until 2020.

Stephen Higgins, managing partner of investment firm Mekong Strategic Partners, said that while electricity has been a long-term challenge in Cambodia, reliability has been less problematic of an issue than price.

“From an FDI point of view, while electricity prices are still high, the direction of prices is down, whereas in many other countries, pricing is likely to head upwards,” he said. “So that will give potential investors some comfort.”

He added that while renewables, like solar, could help alleviate the price problem, their use was likely far off.

Nevertheless, he agreed that with higher value-added manufacturing and export diversification taking place, there was a real opportunity for Cambodia to take part in regional supply chains.

“Companies like Minebea and Sumi Wiring are demonstrating that you can establish successful manufacturing operations in Cambodia,” he said.

While Sanchez Martin admitted that there were election-related stability concerns that could see potential investors taking a wait-and-see approach until the dust settles, the World Bank’s FDI projections showed no sign of a downturn.

“FDI will keep coming in because the overall environment is still okay, and with a dollarised economy, investors have less risk of asset depreciation,” he said. “The key now is for the government to push through reforms that increase the ease of doing business in order to bring the right kind of manufacturing in.”

Higgins also predicted that FDI projections will remain strong.

“Investors abhor uncertainty, and without commenting on the manner in which it has been achieved, there is now less uncertainty surrounding 2018,” he said. “We have been pleasantly surprised that the level of investor interest has remained as strong as it has.”

Updated: Thursday, 23 November 2017, 6:45am

Italian, Chinese businesses eye growth opportunities under Belt and Road

Xinhua | Updated: 2017-11-18 10:35

MILAN - The Belt and Road Initiative would provide long-term development chances for growing industry sectors in Italy and China, according to professionals from both countries.

The issue was discussed at a recent forum held in Italian city of Milan, which attracted Italian and Chinese entrepreneurs, officials, and experts.

Titled "Building a concrete roadmap for Italy and China's Joint Growth", the event was organized by Italy-China Foundation with the patronage of the Italian Ministry of Economic Development and the Chinese Ministry of Commerce.

"As a comprehensive project, the Belt and Road (initiative) might give all companies a strong opportunity to reduce their costs, and cut distances in both cultural, infrastructural, and logistical terms," Massimiliano Guzzini, vice president of lighting technology firm IGuzzini, told Xinhua.

The Belt and Road Initiative, which comprises the Silk Road Economic Belt and the 21st Century Maritime Silk Road, was proposed by China in 2013, with the aim of building a trade, investment and infrastructure network connecting Asia with Europe and Africa along the ancient trade routes.

Having spent years in China, where the firm opened a branch in 2005, the entrepreneur is able to observe "great changes" in the Chinese society, and the consumer trends in Asia overall.

"Design was not yet well known at the time (2005), but since then I have seen Chinese firms, training courses, and universities' departments and research centers growing steadily in the sector," Guzzini said.

Now that the industry was showing vibrant signals of potential growth in the area, the Belt and Road Initiative would "indeed boost the future development of our industry", he added.

For Italy, China is currently the ninth largest market for exports, and the first target market for sales to the Asia-Pacific region, according to Italy's state-owned export credit agency SACE. The trade exchange between the two countries suggest there is room for broad development.

Italian sales to China reached 11.1 billion euros (\$13.2 billion) in 2016, marking a 6.4 percent rise over the previous year, and are expected to increase by some 296.8 million euros (\$350.2 million) by 2020, the agency's data and forecast showed.

Apparel, jewellery, fibres and yarns, drugs and pharmaceutical products, machinery, shoes, and textile are among Italy's top 10 sectors in terms of exports to China, according to Italy-China Foundation.

On the other hand, Italy is China's fifth largest commercial partner for trade volume, and has become one of the major recipient countries of Chinese investments in Europe in latest years. As such, projects related to the Belt and Road Initiative would likely benefit many different industries.

For example, in terms of facilities connectivity, which was among the five cooperation priorities of the Initiative, as Vice President of China National Textile and Apparel Council (CNTAC) Xu Yingxin said at the forum.

"It means helping to develop infrastructure construction of railways, highways, ports, electric power, and telecommunications in the Belt and Road countries," Xu said.

Xu told Xinhua that the Belt and Road Initiative is meant to benefit all of the countries involved. "It means we could have in the future a stronger and more unified market, which is good for everybody, including China."

As for the specific sector he represents, the textile industry, Xu deemed the Initiative has come in the right moment.

"I think China's textile industry is in a very critical phase of transformation and adjustment, and the Belt and Road Initiative provides us with the opportunities to expand," he said.

China's quest for clean air is shaking up industry and prices



The great Chinese environmental cleanup, now in full swing, is shifting the corporate landscape in unexpected ways and even stoking inflationary pressure that may soon be felt in supply chains worldwide. PHOTO: REUTERS

Published Nov 20, 2017, 5:38 pm SGT

The great Chinese environmental cleanup, now in full swing, is shifting the corporate landscape in unexpected ways and even stoking inflationary pressure that may soon be felt in supply chains worldwide.

As President Xi Jinping's government intensifies the fight against the country's world-class pollution problem, companies are scrambling to adapt to tighter regulation while investing in cleaner energy.

In industries from steel to textiles and consumer goods, the resulting shakeout has left the survivors with far more pricing power. That in turn is reinforcing the already-resurgent factory prices that contribute to global inflation.

These trends are reshaping the business environment, according to Ms Cui Li, Hong Kong-based head of macro research at CCB International Holdings.

"The environment clean-up is and will be a key driver of the industrial consolidation," said Ms Cui, who expects to see greater concentration in steel, paper-making and pharmaceuticals. "With costs rising from wages, land and pollution curbs, China's manufacturers will have to invest and upgrade to survive. Those who survive will benefit."

Take Mr He Wenyong, manager of a mid-sized textile company that has supplied Walt Disney Co and its licence holders. Amid a forced switch to natural gas from coal in his industry, the company, Shenzhen Yabi Textiles, is benefiting from past investments and eating up the market share of smaller competitors that could not foot the bill.

Speaking at Guangzhou's massive trade fair earlier this month, Mr He said his company is now able to raise prices by 8 per cent. "Those small, messy factories took up a third of market share," said Mr He, at a booth at the fair filled with merchandise such as beach towels inspired by the Frozen film franchise. "Now that they're gone, everything is much better for us."

Bigger companies, like luggage-maker Samsonite International, report that cost pressures arising from environmental curbs in China affect all competitors.

Scale, though, helps, according to Mr Ramesh Tainwala, the company's chief executive officer. "Greater competition for skilled labour and the resultant rise in factory wages are also causing significant cost pressure," he said in an interview. "While we've seen a number of factories closing down, the closures generally involve smaller factories that lack the scale and resources to meet the more stringent environmental controls."

The shakeup began in heavy industries in 2016 as the government shuttered outdated or illegal steel mills, coal mines and aluminium smelters in a shock therapy strategy to reduce excessive capacity and curb pollution. Such measures powered a more-than 20 per cent jump in global metal prices from the start of the year, and led to consolidation in the nation's sprawling steel industry.

Amid the changes, even the nation's top aluminium producer, China Hongqiao Group, has been considering whether to relocate shuttered plants to other

countries, with Indonesia top of the list of possibilities, Bloomberg News reported last week.

Hongqiao, also the world's biggest smelter, has been forced this year to cut capacity as part of Mr Xi's drive to curb oversupply and reduce pollution.

Now downstream, consumer-facing manufacturers are feeling the pressure. On top of cutting the electricity supply of small and polluting workshops, China's Cabinet announced a ban on the import of waste materials such as plastic, textiles and unsorted waste paper in July, to battle "serious damage to the environment".

Prices of plastic and paper surged, as making them from scratch - by drilling oil and cutting down trees - is much more expensive than recycling imported refuse materials.

What was seen as a bane of manufacturing is now emerging as an unexpected boon for the fittest that have survived. Investors are taking notice: Shares of China's top three paper-product manufacturers - Nine Dragons Paper Holdings, Lee & Man Paper Manufacturing, and Shandong Chenming Paper Holdings - have made stellar gains in the past year.

PRICE HIKES

Factories still left standing are passing on price increases to customers. The changed dynamic was evident at the Canton Fair in Guangzhou, which is billed as the world's largest trade gathering, bringing together more than 25,000 exhibitors and 191,000 buyers. This year, foreign buyers noted significantly higher prices, and suppliers less willing to bargain.

Suitcase manufacturer Anhui Technology Imports and Exports has hiked the price of its colourful hard luggage by almost 10 per cent after the type of plastic used to make hard-shell suitcases surged 80 per cent in August and September, according to Mr Ren Yuyang, a salesman of the company attending the fair. "At first, customers couldn't accept such a jump," Mr Ren said, calling the increase "terrifying" due to the fact that luggage makers like his typically have a 3 per cent to 5 per cent margin. "But now they have to bear with it because every supplier lifts their prices."

Argentinian buyer Roxana Fernandez, who works for activity-clothing retailer Montagne Outdoors which has branches across the South American nation, said that she and her colleagues were taken aback by price rises of 20 per cent to 30 per cent at this year's fair.

"They all said it's because of the environmental policy, and there's nothing they can do," she said. "For us, we have to re-evaluate how much of our supply comes from China."

The extent of such increases vary among sectors. Low-end makers of socks, shoes and garments at the fair said they are not powerful enough to pass on the cost increases fully.

What is clear is that China's factory-gate inflation will eventually reach consumers around the world through global supply chains. The domestic producer price index leads price changes for export goods, with a lag of a few months.

Producer prices rose 6.5 per cent in the first 10 months of 2017 over the same period a year earlier.

MOVING ELSEWHERE

In the long run, rising supply prices will likely accelerate global buyers' shift away from China in some categories like apparel, while raising retailers' buying costs in others such as toys where there is no quality alternative outside of China, said managing director Lim Lian Hoon of consultancy AlixPartners.

Big buyers like Wal-Mart Stores, Target, and Disney also have sophisticated sourcing operations and have already diversified significantly to other countries for cost savings.

"The closures have only had a very limited impact on Samsonite since we generally work with much bigger, well established suppliers," Samsonite's Mr Tainwala said. "Besides, Samsonite has already been working over the last handful of years to increase its sourcing outside of China, including major expansion of our own manufacturing facilities in Europe and India."

Yabi Textiles's Mr He has also considered moving to other countries. Pakistan, with its low costs and geographic closeness to Europe, is attractive.

"There are only two ways for China's labour-intensive sectors: going up or going out," said chief China economist Zhu Haibin at JPMorgan Chase & Co in Hong Kong. "We are going to see fewer producers remain, with higher quality and their own brands."



Ethiopia bets on clothes to fashion industrial future

Aaron Maasho 2017, 21 November

KOMBOLCHA, Ethiopia (Reuters) - Checkered shirts for American chain Gap. Slate leggings for Swedish store H&M. Twill shorts for Germany's Tchibo. They are among a growing list of clothes being stitched together for big brands in Ethiopia.



Workers sew clothes inside the Indochine Apparel PLC textile factory in Hawassa Industrial Park in Southern Nations, Nationalities and Peoples region, Ethiopia November 17, 2017. REUTERS/Tiksa Negeri

As labor, raw material and tax costs rise in China - the world's dominant textiles producer - the Horn of Africa country is scrambling to offer a cheaper alternative, and go up against established low-cost garment makers like Bangladesh and Vietnam.

It is still early days, and most of the clothing companies to source production in Ethiopia are testing the waters with small volumes. But the government is working hard to attract their business with tax

breaks, subsidies and cheap loans. The landlocked nation is also about to open the final stretch of a 700 km (450-mile) electric railway to Djibouti's coast.

This is part of a drive to turn a nation that is among the poorest in Africa into a manufacturing center that is no longer held hostage to fickle weather patterns which periodically devastate the agrarian economy and leave its people hungry.

There has been some progress; foreign investment in the textile industry has risen from 4.5 billion birr (\$166.5 million) in 2013/14 to 36.8 billion in 2016/17, the Ethiopian Investment Commission, a government agency, told Reuters.

"This is a huge success," Arkebe Oqubay, a prime ministerial adviser directing the industrialization drive, said during the inauguration of an industry park in the northern Ethiopian town of Kombolcha this summer. "The challenge now is to bring the world's biggest companies into the country."

Some have already arrived, most of them sourcing some production locally, like Gap and H&M, but a few building factories themselves.

Those to set up factories this year include U.S. fashion giant PVH, whose brands include Calvin Klein and Tommy Hilfiger; Dubai-based Velocity Apparelz Companies, which supplies Levi's, Zara and Under Armour; and China's Jiangsu Sunshine Group, whose customers include Giorgio Armani and Hugo Boss.

French retailer Decathlon and over 150 companies from China and India will begin sourcing production from Ethiopia soon, said the investment commission.

However, while Ethiopia is moving faster than its continental rivals, there is a long road ahead. Logistical, bureaucratic and cotton-quality problems are threatening its ambitions and there are no guarantees it will ever be able to compete with the big global players.

The gulf in textiles exports is huge; Ethiopia's totalled about \$115 million in 2015, against Vietnam's \$27 billion, Bangladesh's \$28 billion and China's \$273 billion, according to the World Bank's latest figures.

Ethiopia's fledgling sector can ill afford the kind of working conditions scandals that have dogged the low-cost garment industry elsewhere, and officials said they were sending representatives to Asia to learn best practices.

ROUTE TO RED SEA

Ethiopia's road link with the port in Djibouti is outdated and congested in many parts and, together with the limited capacity and dense bureaucracy of its customs service, slows companies' supply chains. This is undermining the benefits of being closer to European markets than most of its Asian rivals.

It takes up to 44 days from the time a clothing consignment leaves the factory to when it reaches buyers in Europe, compared to an average 28 days in Bangladesh and 21 days in China, according to a report from the Ethiopian Textile Development Institute compiled for investors this year.

This drives up costs. It costs up to \$1,870 to export a 40-foot container, compared with \$1,290 in Bangladesh and \$679 in Vietnam, according to an internal report compiled by a major European clothes retailer and seen by Reuters.

However officials say the \$4 billion electric railway between Addis Ababa and the Red Sea, to be inaugurated in the coming weeks, will reduce the transit time to the Port of Djibouti from 2-3 days to eight hours.



Workers arrange pieces of fabric inside the Indochine Apparel PLC textile factory in Hawassa Industrial Park in Southern Nations, Nationalities and Peoples region, Ethiopia November 17, 2017. REUTERS/Tiksa Negeri

Bill McRaith, PVH's chief supply chain officer based in New York, told Reuters his company saw sub-Saharan Africa as a promising new manufacturing frontier at a time of rising costs and labor shortages in established countries.

PVH arrived in Ethiopia this summer and is building a factory in Hawassa, south of Addis Ababa - an investment which McRaith said was based on a long-term expectation that Ethiopia would become one of the most competitive locations in the world to make apparel for the West.

He said PVH aimed to produce \$100 million worth of clothes a year at the factory to be exported.

"Basics operating costs are very attractive but offset by transportation," said McRaith. "The transportation infrastructure, skills training, banking sector ... will all have to be improved," he added. "But the Ethiopian government is further ahead on this than many other countries."

QUALITY CONTROL

Cotton quality and pricing also present a big obstacle to Ethiopia's aspirations - one that is blunting its competitiveness and deterring foreign investment.

While it has an estimated 2.6 million hectares suitable for cotton cultivation, only 130,000 has so far been used, and textile company owners say output from them is 10 times more expensive to purchase than the average international price. They are also often substandard for exports owing to contamination and poor processing, resulting in poor fabric.

While the government has sought to entice investors into its cotton farming industry, this has been complicated by ineffective land management and complex property rights.

Velocity Apparel Companies started production six months ago at a \$50 million factory in Mekelle, northern Ethiopia. It produces 1.5 million pieces of clothing a month but aims to double that within two years, said Erica van Schaik, executive assistant to the executive chairman of Velocity.

However domestic fabric quality problems mean the company has to import their denim, van Schaik said. Good local material could reduce Velocity's costs by up to half, freeing up cash that could be invested in Ethiopian production.

It would also cut the company's lead time - from the beginning of production to arrival in shops - from 110 to 90 days, she said. "That would be like a day-and-night kind of difference. A game-changer."

Investors face other challenges too: foreign currency shortages complicate trade, in addition to ever-changing regulations. The limitations of the financial system mean many foreign-owned textile firms use offshore banks to conduct their trade, depriving Ethiopia of vital hard currency.

With workers' conditions and safety a big concern for investors, the Ethiopian Textile Development Institute said its leadership was traveling to India - another leading global garment producer - for training on best practices.

"The industry in this country is very young - we are taking our very first steps and so everything will not go seamlessly," said communications chief Banteyihun Gessesse. "Countries such as India have vast experience in the field."

Whether Ethiopia can overcome these hurdles remains to be seen.

In Africa itself, it faces competition in textiles manufacturing from the likes of Kenya, Mauritius and Madagascar, but has moved more aggressively to attract business.

The government will spend \$1 billion building 15 industrial parks by 2020. Two opened in July, another two will be completed this year. The state bank, meanwhile, provides up to 60 percent of factory expansion costs for companies that sell 70 percent of their products overseas, as well as a 10-year tax exemption and low-interest loans.

Ethiopia can also offer companies lower power costs than most of its continental rivals, thanks to its hydroelectric dams. Electricity costs \$0.06 per kilowatt-hour in Ethiopia, compared with \$0.24 in Kenya, for example.

Editing by Katharine Houreld and Pravin Char

Les entreprises chinoises continuent d'investir en Ethiopie

French.xinhuanet.com 2017-11-09



ADDIS-ABEBA, 9 novembre (Xinhua) -- Alors que l'Ethiopie s'efforce de devenir la plateforme manufacturière de l'Afrique, de plus en plus d'entreprises chinoises souhaitent investir dans le pays est-africain.

La dernière entreprise chinoise en date qui établira bientôt sa présence en Ethiopie est Wuxi No. 1 Cotton Mill, qui fait partie du Guolian Development Group et qui est un des plus grands fabricants de textile de Chine, d'après la Commission éthiopienne pour les investissements (EIC).

La compagnie a signé un accord d'investissement avec le gouvernement éthiopien pour établir une industrie textile intégrée dans la deuxième plus grande ville éthiopienne, Dire Dawa, à environ 446 km à l'est de la capitale éthiopienne Addis-Abeba.

D'après l'EIC, les entreprises chinoises, avec près de 379 projets opérationnels ou en voie de mise en place sur la période 2012-2017, sont au sommet du paysage des investissements en Ethiopie, autant du point de vue du nombre que de celui du capital financier.

En termes de création d'emplois, les entreprises chinoises ont créé plus de 28.300 emplois dans différents secteurs en Ethiopie au cours de la période citée, dont plus de 19.000 ont été créés dans le secteur manufacturier éthiopien, premier secteur à attirer les entreprises chinoises.

Dans un communiqué envoyé jeudi à Xinhua, l'EIC a indiqué que Wuxi No. 1 Cotton Mill et le Guolian Development Group apporteront à l'Ethiopie des technologies de fabrication de pointe, son savoir-faire et son excellence accumulés au cours des 100 dernières années.

Dans le cadre de l'accord d'investissement signé en Chine le 2 novembre entre l'EIC et des responsables de la compagnie, cette dernière a accepté d'investir dans une vaste usine de tissage intégrée et de filature à Dire Dawa qui visera le marché de l'exportation.

L'Ethiopie espère que les grandes entreprises comme Wuxi No.1 Cotton Mill aideront l'Ethiopie à devenir le principal acteur du secteur manufacturier en Afrique.

D'après l'EIC, en plus de créer des opportunités d'emplois directs et de renforcer les réserves de devises étrangères grâce aux exportations, cet investissement devrait créer des liens en amont et en aval dans l'industrie du textile et des vêtements du pays.

Lectra : 'le marché apprécie notre modèle économique'.

10/11/2017 | 12:01

Directeur général adjoint de Lectra, Jérôme Viala s'est confié à notre rédaction quelques jours après la publication des comptes du troisième trimestre.

Cercle Finance: Quoique de qualité une nouvelle fois, vos résultats du troisième trimestre ont tout de même révélé un recul des bénéfices opérationnel et net. Cette érosion de la rentabilité vous inquiète-t-elle ?

Jérôme Viala: Il est important de distinguer la part venant de la variation des parités de change dans les évolutions entre 2016 et 2017. A cours de change constants, notre résultat opérationnel continue de progresser, mais l'appréciation de l'euro par rapport au dollar américain - et à de nombreuses autres monnaies - a eu un effet mécanique négatif sur les comptes du troisième trimestre.

Parallèlement, comme nous l'avions annoncé, nous continuons à investir pour le futur en augmentant nos investissements en Recherche & Développement (qui progressent de 16% sur le seul troisième trimestre et de 12% depuis le début de l'année). Cette augmentation des dépenses est donc un choix assumé de la société.

Ces éléments ont effectivement contribué à limiter la progression du résultat opérationnel du trimestre, mais il n'y a pas de raison d'être inquiet.

C.F.: En termes d'activités, quels sont actuellement vos marchés les plus dynamiques ?

J.V.: En 2016, c'est dans le marché de l'automobile que les commandes de nouveaux systèmes avaient enregistré la plus forte progression (+ 36%). En 2017, tous nos marchés progressent, mais c'est la mode et l'habillement qui se distingue, avec une croissance de 19% au cours des 9 premiers mois de l'année. Les commandes dans l'automobile et l'ameublement augmentent par ailleurs de respectivement 6 et 14%.

D'un point de vue géographique, les commandes des 9 premiers mois de l'année sont stables en Asie, où nous avons réalisé une année remarquable en 2016, et progressent dans toutes les autres régions. On notera particulièrement la progression de 25% en Europe, en provenance de la majorité des pays de la région.

C.F.: Quid du développement de votre offre SaaS, qui doit être commercialisée à partir de l'an prochain ?

J.V.: Nous continuons à avancer conformément à notre plan de marche en testant notamment des nouveaux produits qui seront commercialisés en mode SaaS et dans le cloud, auprès d'un nombre croissant de clients. Nous lancerons progressivement, en 2018 puis en 2019, ces nouveaux produits. Nous communiquerons régulièrement sur le sujet.

C.F.: Sur le plan boursier, l'action Lectra a pris près de 40% depuis le début de l'année. Vous attendiez-vous à une telle réussite ?

J.V.: Dire que nous nous attendions à une telle progression serait prétentieux. Nous avons publié au mois de février dernier de très bons résultats pour le quatrième trimestre 2016, avec notamment une très bonne dynamique de croissance des commandes de nouveaux systèmes, et avons ainsi d'affiché des résultats financiers annuels records.

Cette bonne performance nous a permis de confirmer l'atteinte des objectifs de la feuille de route 2013/2016 et ont également démontré le potentiel de croissance du chiffre d'affaires et des résultats de Lectra.

C.F.: Quelles sont selon vous les principales raisons de la confiance que les investisseurs vous portent ?

J.V.: Je pense que les investisseurs apprécient depuis longtemps déjà la qualité de notre modèle économique, et en particulier la part importante du chiffre d'affaires récurrents qui apporte une grande sécurité ou encore la capacité à dégager un cash-flow libre important grâce à un besoin en fonds de roulement négatif.

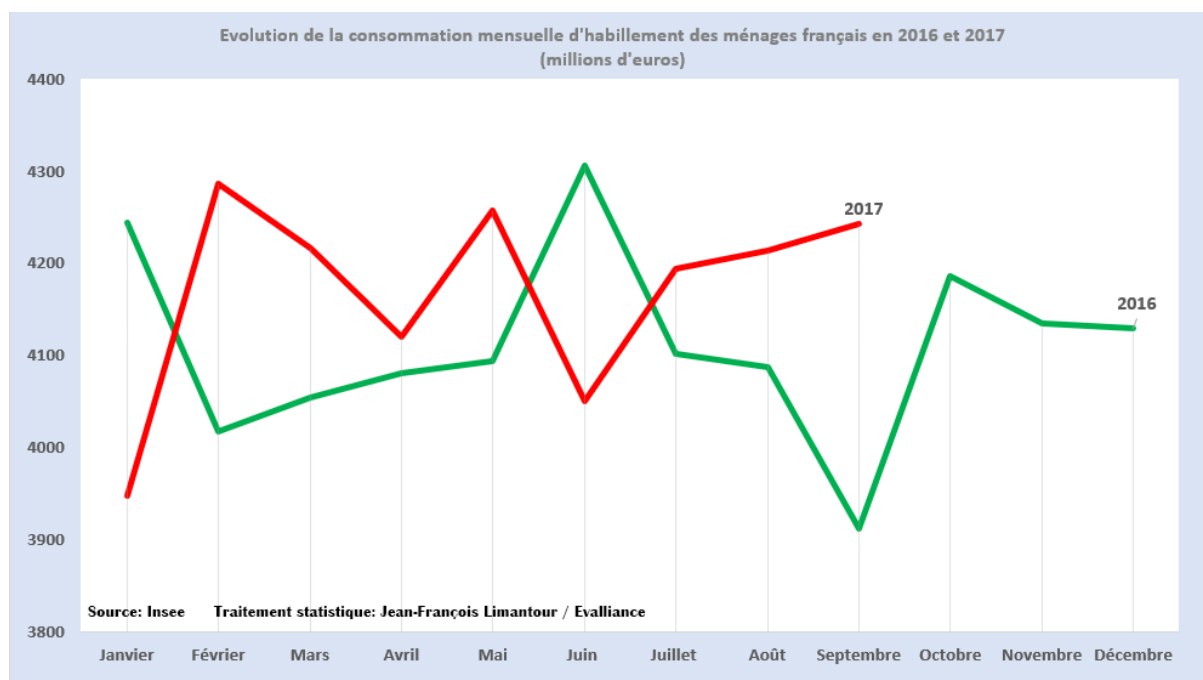
Depuis 2 ans, nous avons ajouté à ces caractéristiques une progression plus forte des ventes de nouveaux systèmes, grâce à nos accélérateurs de croissance.

Enfin, je crois que la nouvelle stratégie et notre vision à long-terme, présentées au mois de février dernier, ont été particulièrement bien reçues par les investisseurs. Cela étant, c'est certainement les investisseurs eux-mêmes qui pourront apporter la meilleure réponse à votre question !

10 novembre 2017

Les Français réduisent de plus en plus leur budget « habillement » !

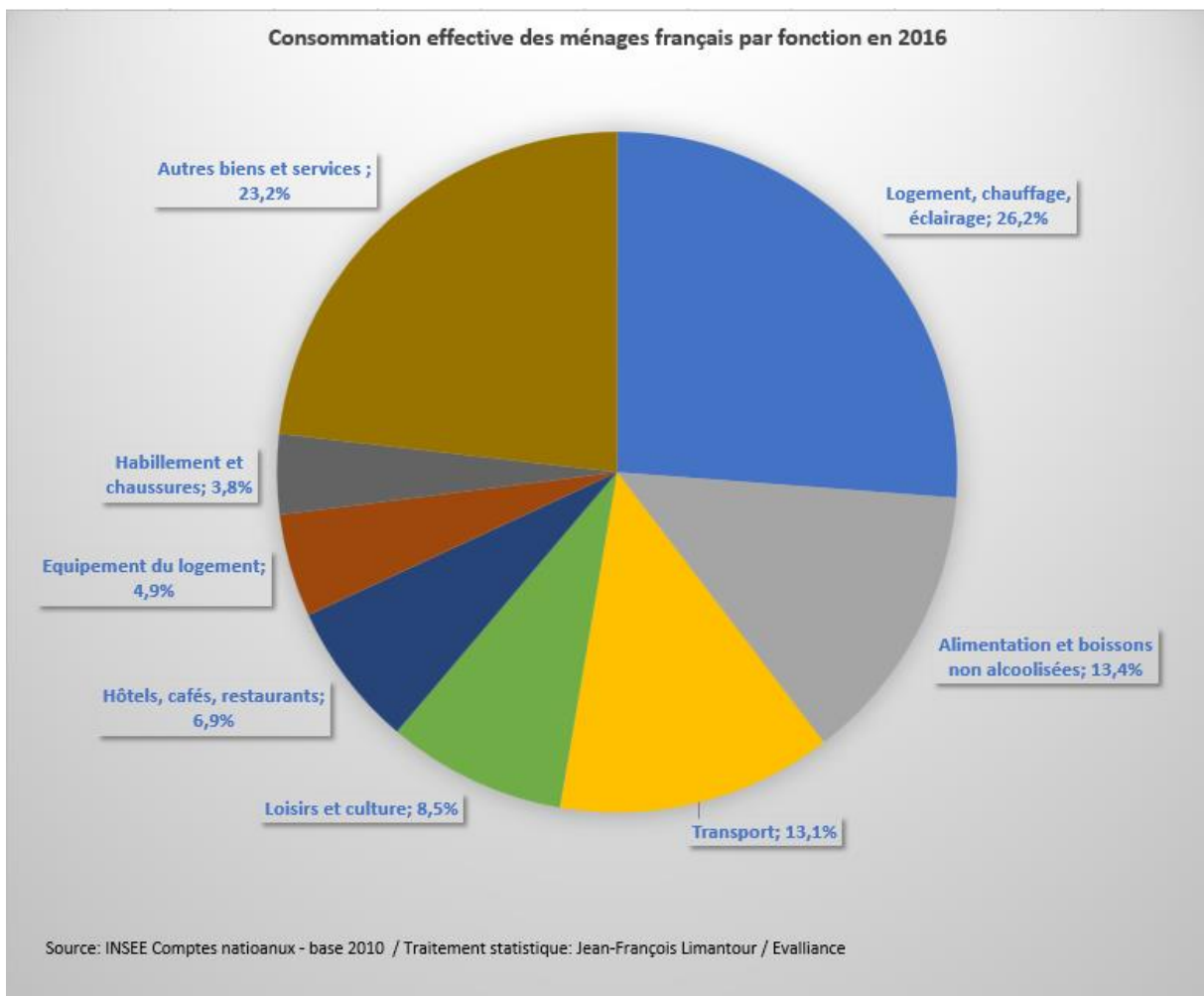
2017 sera sans doute à marquer d'une pierre blanche pour la consommation d'habillement. Au cours des neufs premiers mois de 2017, les ménages français ont en effet dépensé 37,53 milliards d'euros pour leurs achats d'habillement et de chaussures, soit 1,7 % de plus que lors de la même période de 2016. La fin de l'année devrait confirmer cette note positive.



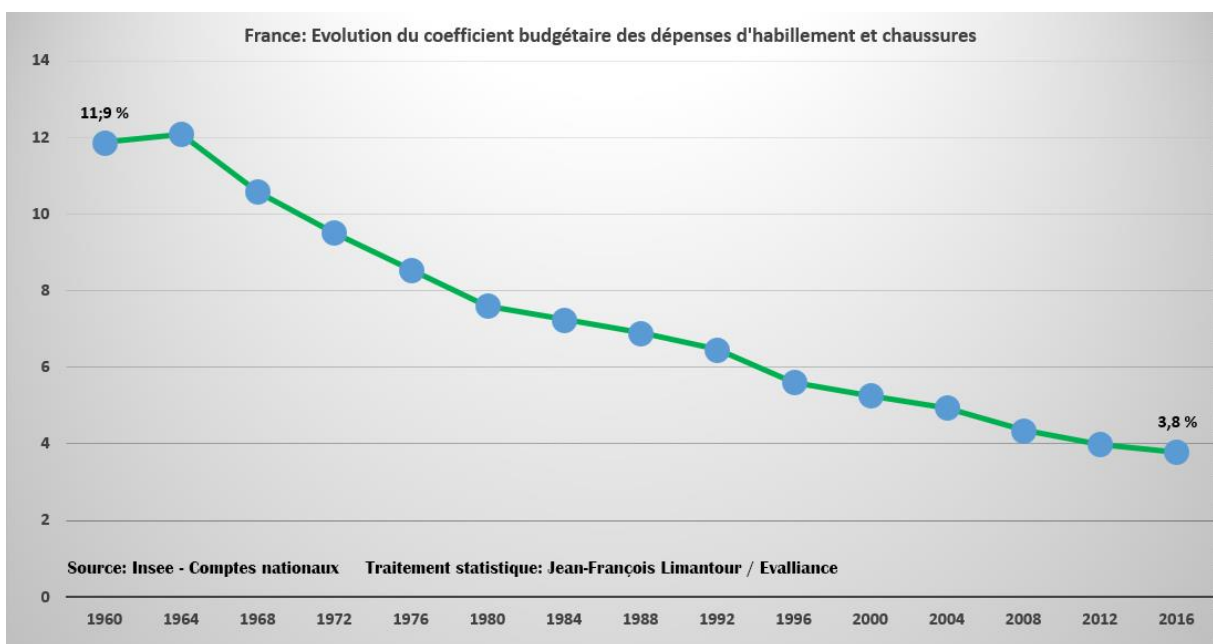
Source : Insee Traitement statistique : Jean-François Limantour / Evalliance

La situation n'est cependant réjouissante qu'en apparence. Tendanciellement, la consommation française d'habillement et de chaussures est en réalité en baisse et en 2016, elle ne représentait plus que 3,8 % du budget des ménages.

Depuis cinquante ans, le budget d'habillement des Français ne cesse de fondre comme neige au soleil. En 1960, consacraient 11,9 % de leurs revenus aux achats de vêtements et de chaussures. Vingt ans plus tard, le pourcentage était tombé à 7,6 % ; puis à 5,3 % en 2000 pour tomber finalement à 3,8 % l'année dernière.



Source : Insee / Comptes de la Nation – Traitement statistique : Jean-François Limantour / Evalliance



Source : Insee/Comptes nationaux / Traitement statistique : Jean-François Limantour/Evalliance

Pourquoi cette relative désaffection des ménages français vis-à-vis de l'habillement ?

La première et principale explication est que les Français font des arbitrages budgétaires au profit de postes de dépenses qui leur semblent beaucoup plus attractifs, en particulier les produits électroniques, les loisirs, les voyages, etc. En clair, on préférera souvent acheter le dernier iPhone ou une nouvelle tablette plutôt qu'un nouveau costume. On achètera plutôt une doudoune vietnamienne bas de gamme plutôt qu'un beau manteau de laine.

Deuxièmement, les dépenses contraintes (logement, chauffage, transports,...) ont un poids budgétaire de plus en plus important, de même que les impôts et taxes diverses.

Autre explication : l'ouverture des frontières européennes aux exportateurs asiatiques, à compter de 2005, a favorisé la consommation de vêtements à bas prix, ce qui a mécaniquement réduit la valeur du budget habillement des ménages.

Enfin, la prolifération des ventes d'habillement et de chaussures à « prix barrés » (soldes, promotions) diminue elle aussi la valeur des achats d'habillement et donc leur part budgétaire relative.

Cette érosion du budget habillement va-t-elle se poursuivre ? sans doute encore quelques années jusqu'à ce que l'on atteigne un niveau incompressible de dépenses vestimentaires. Car il faudra toujours, au minimum, acheter des vêtements pour se couvrir.

Dernier point : la contraction des dépenses d'habillement est un phénomène observé dans tous les pays occidentaux. On observera cependant que les Français ont un budget habillement sensiblement plus faible que celui des pays européens voisins : selon Eurostat, le budget « habillement » des Espagnols est 5 % supérieur à celui des Français, le budget des Allemands est 19 % plus élevé ; celui des Britanniques est supérieur de 33 % et celui des Italiens, 43 % plus important !

LECTRA : Armor-Lux choisit Lectra Fashion PLM 4.0

Nasdaq le 21/11/2017 à 17:50

La célèbre marque française choisit Lectra pour accélérer son développement produit et fiabiliser ses échanges de données

Paris, le 21 novembre 2017 - Lectra, numéro un mondial des solutions technologiques intégrées pour les industries utilisatrices de tissus, cuir, textiles techniques et matériaux composites, annonce que l'entreprise française de prêt-à-porter Armor-Lux choisit Lectra Fashion PLM 4.0, la nouvelle plateforme de gestion du cycle de vie des collections de Lectra, pour accélérer et fiabiliser les flux de données entre ses équipes de développement produit et ses sous-traitants.

Fondée en 1938 et cliente de Lectra depuis plus de 25 ans, Armor-Lux est réputée pour ses vêtements pour homme, femme et enfant - cabans, *duffle coats*, marinières, pulls marin, cirés et vareuses - qui puisent leur inspiration dans l'univers de la mer et de la Bretagne. L'entreprise est également leader en France sur le segment porteur des vêtements d'image, avec de grands clients tels que La Poste, la SNCF, Carrefour, Eiffage, la RATP et l'armée française. Ce groupe multimarque emblématique du *made in France* emploie 550 personnes.

Intégrée verticalement, du tricotage à la distribution, Armor-Lux dispose de trois sites de production et d'un réseau de 60 boutiques en propre ou affiliées. Son bureau d'études et de création produit plus de 1 500 nouveaux modèles par an, en s'appuyant sur une équipe de prototypage et de développement produit.

La priorité d'Armor-Lux est de gagner en efficacité en sécurisant l'intégrité des données. Avec Lectra Fashion PLM 4.0, qui intègre les solutions CAO de Lectra, ses équipes pourront collaborer de manière plus fluide, échanger des données en temps réel et transmettre à leurs sous-traitants des dossiers techniques dont l'exactitude sera garantie.

« Notre choix s'est porté sur Lectra, avec qui nous avons noué des relations de confiance au fil des années. Notre bureau d'études utilise depuis longtemps les logiciels Lectra et nos ateliers ses solutions de découpe automatique de tissu. Aujourd'hui, Lectra Fashion PLM 4.0 va renforcer la digitalisation de nos processus. L'ADN de Lectra, autre fleuron du made in France, correspond également à nos valeurs de qualité, innovation et éthique », déclare Michel Gueguen, directeur général Armor-Lux.

« Nous sommes heureux d'accompagner cette icône de la mode française dans une nouvelle étape de son développement digital. Armor-Lux va, avec Lectra Fashion PLM 4.0, bénéficier

des avantages d'une plateforme modulaire, qui s'adapte parfaitement à l'évolution des besoins de ses utilisateurs », commente Karen Elalouf, directrice, Lectra France.

A propos d'Armor Lux

Armor-Lux est une entreprise textile spécialisée dans la création, la fabrication et la distribution de vêtements de qualité. Fondée en 1938 à Quimper, Armor-Lux perpétue depuis un savoir-faire d'exception grâce à un des derniers outils de production textile intégré verticalement en France. Plus qu'une marque, Armor-Lux symbolise aujourd'hui un art de vivre, des collections d'inspiration marine, des vêtements authentiques et durables ainsi que des engagements forts en matière de préservation de l'emploi. Rappelons qu'Armor-Lux en 2017 c'est : 79 ans d'existence, 90 M€ de chiffre d'affaires, 550 salariés, 3 usines en France, 60 boutiques et des valeurs : qualité, innovation et éthique.

Plus d'infos sur www.armorlux.com

A propos de Lectra

Lectra est le numéro un mondial des solutions technologiques intégrées (logiciels, équipements de découpe automatique et services associés), dédiées aux entreprises qui utilisent des tissus, du cuir, des textiles techniques et des matériaux composites dans la fabrication de leurs produits. Elle s'adresse à de grands marchés mondiaux : la mode et l'habillement, l'automobile, l'ameublement, ainsi qu'une grande variété d'autres industries. Ses solutions métiers spécifiques à chaque marché permettent d'automatiser et d'optimiser la création, le développement des produits et leur production. Forte de plus de 1 600 collaborateurs, Lectra a développé dans plus de 100 pays des relations privilégiées avec des clients prestigieux en contribuant à leur excellence opérationnelle. Lectra a réalisé un chiffre d'affaires de € 260 millions en 2016 et est cotée sur Euronext.

www.lectra.com

Industrie manufacturière : CIEL Textile se mesure aux milliardaires de la vente en ligne

15 NOVEMBRE 2017 PAR **KAMLESH BHUCKORY**



Eric Dorchies.

Avec les ventes en ligne qui se sont enracinées dans les habitudes occidentales, les détaillants traditionnels sont déstabilisés. Leurs fournisseurs font maintenant face à des **demandes plus contraignantes**. **L'industrie du textile n'est qu'au début d'un cycle de changement.**

Sa fortune dépasse les 90 milliards de dollars, soit plus de six fois le Produit Intérieur Brut de Maurice. **Si l'Américain Jezz Bezos est l'homme le plus riche aujourd'hui, c'est** parce que sa compagnie, **Amazon.com**, est le premier site de vente en ligne au monde. Jack Ma, est, lui, le premier milliardaire chinois avec une fortune de quelque 40 milliards de dollars. Son business, **alibaba.com**, **est un réseau d'entreprises de vente en ligne.**

Le **marché de l'habillement en Europe et aux États-Unis** subit donc la loi de la révolution numérique. « Les nouveaux gagnants sont clairement les sites de vente en ligne, comme Amazon. Les détaillants traditionnels, qui représentent la grande majorité de notre clientèle, sont en position désavantageuse. Nous devons redéfinir notre future approche au marché et adapter notre offre aux nouvelles exigences », affirme Eric Dorchies, le nouveau Chief Operating Officer de CIEL Textile.

Le capital humain nécessaire

Dans un entretien accordé à CIEL Stories, journal d'entreprise de la holding CIEL Limited, Eric Dorchies ajoute de nouveaux éléments dans l'argumentaire à l'effet que l'industrie manufacturière locale, incluant le textile, évolue dans un environnement difficile. Les exportations mauriciennes ont chuté de Rs 544 millions au deuxième trimestre de 2017 comparées à la période similaire l'année dernière. CIEL Textile, premier opérateur dans l'habillement à Maurice avec des activités, en Asie et à Madagascar, a vu des profits après impôts de quelque Rs 110 millions pour les mois de juillet à septembre contre Rs 155,4 millions. Le chiffre d'affaires est en hausse, ayant atteint Rs 3,18 milliards.

« Nous sommes au début d'un changement majeur dans le mode d'opération de notre industrie. Quand les industries du textile et de l'habillement ont commencé à quitter l'Europe et les États-Unis pour des pays ayant un faible (coût de production) il y a 30 ans, l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement a été construit sur l'hypothèse que les détaillants sauront – six à neuf mois en avance – qu'est-ce qu'ils vendront dans leurs boutiques et qu'ils contacteront et ensuite ils rechercheront les meilleurs 'deals' pour l'approvisionnement », fait-il ressortir.

Avec une hausse dans la consommation au fil des années, une grande partie des habits a été achetée longtemps en avance. Elle a ensuite été distribuée dans les points de vente. Le client a payé le prix fort. Or, telle n'est plus le cas aujourd'hui. Les détaillants sont contraints de réduire leurs marges à travers des soldes pour écouler leur stock à rotation lente.

Ce faisant, les détaillants doivent s'assurer qu'ils ont les meilleurs produits. Les fournisseurs, à l'instar de CIEL Textile, devront opérer dans un délai réduit avec plus d'efficacité et de rapidité dans la prise de décision. « Je considère ces changements comme une grande opportunité pour CIEL Textile et nous avons une vision claire sur l'avenir », a précisé Eric Dorchies, tout en mettant l'accent sur le capital humain nécessaire pour déterminer les modèles opérationnels.



Stakeholders agree Jordan the underdog in Turkey FTA, but differ on remedy

By Mohammad Ghazal - Nov 14,2017 - Last updated at Nov 14,2017

AMMAN — As some industrialists called for reviewing or cancelling the free trade agreement (FTA) between Jordan and Turkey, others called for giving it a chance and exerting more efforts to make the best out of the deal while taking the interest of national industries into account.

The deal, which Jordan and Turkey signed in 2011, governs free trade between the two countries, calling for transferring Turkish technical know-how to Jordan, assisting Jordanian industries develop and attracting investment to the Kingdom, said the industrialist.

Critics said the deal has resulted in a huge flow of Turkish exports to Jordan and major imbalances in the trade exchange, adding that Jordan has not benefited yet from the technical assistance or investments pouring into the country, while advocates said the deal has enabled Jordanian products to enter the Turkish market and has potential for further cooperation.

"This is a win-lose situation where Jordan is the losing partner... We as industrialists opposed the deal since the very beginning and we expected the serious consequences on our economy and industries," Nael Husami, general director of Amman Chamber of Industry, told The Jordan Times in a recent interview.

"We want the free trade deal with Turkey to be completely revoked because our losses are increasing because of it," he said.

Turkey's exports to Jordan, excluding fuel derivatives and products, rose from \$528 million in 2014 to \$650 million in 2016.

Turkey's textile exports to Jordan rose by 125 per cent in 2016 to \$72.5 million compared with \$23.2 million in 2014. Furniture exports from Turkey to Jordan rose from \$10.6 million in 2014 to \$16.9 million in 2016, according to Husami.

Jordan's exports in 2016 to Turkey stood at about \$86 million, of which \$62 million was of fertilisers.

Husami added: "We have not seen any know-how transfer to Jordanian industries or investments coming to the country...all that happened after the deal is that Turkey's exports to Jordan rose sharply and our exports to Turkey are negligible."

He added that the Turkish government provides many incentives and facilities for investments and industries and they are used to mass production unlike the industries in Jordan.

Husami sounded the alarm that several textile and carpet factories have closed after the deal, expecting the situation to get worse.

The owner and manager of the first carpet factory in Jordan said he was considering the relocation of his factory due to increased losses the company incurred after the signing of the free trade agreement with Turkey.

"I believe in the near future, if the situation continues as is, I will have to relocate before going out of business. The deal with Turkey is disastrous to us," Anwar Kaluti, owner and manager of Arab Weavers Union Company PLC, told The Jordan Times recently.

The company, which was established in 1988, had employed around 450 and had around 12 manufacturing machines until 2014. After the signing of the deal with Turkey, the company reduced the number of its employees to 125 currently and to four manufacturing machines.

"When the deal went into effect, carpets from Turkey started to sweep the markets and they were sold at prices that are lower than our costs, which resulted in huge decline in sales and revenues," he said.

Kaluti explained that in Turkey "industries can get loans without interest rates as support from the government and there are many incentives and prices of energy are cheaper and there are tax exemptions. Here, prices of electricity are high, there are many taxes and the situation is becoming increasingly more difficult...our costs are higher than those factories in Turkey," he said.

"Many factories have closed or relocated to Egypt, Dubai or Turkey in the sector and I am considering to follow suit. This is a bad deal as far as we are concerned," Kaluti added.

Turkish Ambassador in Amman Murat Karagöz said he was aware of the complaints and said the solution was not to review or cancel the deal but rather make the best out of it and try to make more benefits.

The ambassador said during a recent interview with The Jordan Times that the remedy was not to cancel the free trade agreement or linger on the message that it needs to be reviewed.

"We should rather check how we can make the existing agreement more beneficial through its current form," he said.

Jordan's exports to Turkey are limited. There is an imbalance of one to six. Most of it is Turkish exports to Jordan, according to the ambassador.

To increase Jordanian exports to Turkey, the envoy said there was a need for increased participation by Jordanian businesspeople in Turkish trade fairs to promote their industries and businesses.

The Turkish government, he said, was also exerting its utmost efforts to encourage Turkish investors to come to Jordan for businesses.

Direct Turkish investments in Jordan stand at about \$300 million, which is "not enough", the diplomat said.

"We also need Jordan to promote itself more to show [potential investors] why they should come and invest here. Jordan should not stand still. It takes two to tango," said the ambassador.

The diplomat added that Turkey was willing to increase technical assistance to Jordan "but we need guidance on which areas, is it SMEs, tourism, any other field?"

Other industrialists were optimistic and said in spite of the challenges there was a need for giving the deal a chance for the benefits of the ties between the two countries.

"Let us be honest and realistic. In any free trade agreement, there is always one side that benefits more than the other... I am not with cancelling or revisiting the FTA with Turkey. I believe the best solution is to work on activating the current articles and terms in the agreement and optimally utilising it to the maximum rather than complaining about it," Jordan Chamber of Industry General Manager Maher Mahrouq told The Jordan Times recently.

"It is true that the trade balance is heavily in favour of Turkey, but we should focus on the other aspects of the agreement that are related to attracting investments and benefiting from technical assistance and know-how from Turkey," he added.

"The FTA gave our industries the opportunity to enter the Turkish markets and we should work harder to attract investors to start joint projects and co-produce some commodities which will help us enter new markets whether in the Arab world, Africa or even Europe," he added.

He called for a practical and realistic solution and stressed on the need to offer incentives and facilities to attract investments into Jordan.

"We also need to be very specific and certain about which technical assistance we seek to get from the Turkish side to support our industries as they [Turkey] are ready" Al Mahrouq added.

Fathallah Emrani president of the General Trade Union of Workers in Textile, Garment and Clothing Industries, said in spite of some of its negative consequences, the solution was not to revoke the deal.

"I am with giving it a chance and finding solutions in its current format. We are keen on the ties with Turkey and we need to find a solution for the benefit of the two countries," Emrani said.

"I believe the problem is that we were not consulted about it at all. The government needs also to be keen on protecting the national industries... There are many factories that closed, such as small factories of textile and carpets," he said.

"Owners of factories became merchants, as it is more profitable for them to import and sell rather than manufacture," Emrani said, confirming that dozens of employees have been laid off.

In spite of several attempts by The Jordan Times, the Ministry of Industry, Trade and Supply was not available for comment.

However, in a statement recently carried by the Jordan News Agency, Petra, Yousef Shamali, secretary general of the Ministry of Industry, Trade and Supply, said although the deal was a significant achievement to enhance economic ties between the two countries, it has not resulted in positive impacts on Jordan.

The government, he said, was planning to relook into the deal with Turkey if it does not lead to increasing Jordanian exports or attracting Turkish investments into the Kingdom.

Decathlon fait du Maroc sa porte d'entrée vers l'Afrique

Écrit par Yassine SABER
Publication : 22 novembre 2017



L'entrepôt logistique de Decathlon, qui est déjà opérationnel au niveau de la zone franche logistique à Tanger Med, sera officiellement lancé en décembre, une fois agrandi. Toute la marchandise acheminée vers le continent africain transitera par cette plateforme.

Decathlon Maroc accélère le rythme de ses implantations. Après l'inauguration de son 8e magasin, en ce début de semaine, à Agadir, deux autres flagships seront ouverts, ce mercredi et jeudi, à Meknès et à Kénitra respectivement, tandis que le lancement d'un autre magasin est programmé le mois prochain à Casablanca. C'est dire l'évolution que connaît actuellement le maillage régional du géant français de la distribution d'articles de sport au Maroc. Et selon Borja Sanchez, président de Decathlon Maroc, qui s'est exprimé lors de l'ouverture du magasin gadiri, l'ambition est d'inaugurer 11 sites d'ici la fin de cette année.

À cet égard, bien que la majorité des magasins Décathlon soit adossés aux hypermarchés Marjane, celui d'Agadir, qui a nécessité 15 MDH, a été développé -une première- avec le

groupe Label'Vie, dans le magasin Atacadão à Agadir, sis quartier Adrar pour des raisons de foncier. À cet égard, ce magasin est le deuxième en termes de superficie (2.000 m²) après celui de Aïn Sebaâ à Casablanca (3.000 m²). Mais au-delà du développement au niveau national, le royaume est considéré, selon Decathlon Maroc, comme la porte d'entrée vers le continent africain. «Notre entrepôt logistique, qui s'étend sur 20.000 m² à Tanger Med et qui est déjà opérationnel, desservira toute l'Afrique. Et il sera officiellement lancé le 7 décembre prochain, après son agrandissement», annonce Borja Sanchez, président de Decathlon Maroc.

Aujourd'hui, après l'ouverture du premier magasin en Tunisie, l'enseigne française de vêtements et d'équipements sportifs se développera aussi en Algérie et en Égypte, en plus d'autres implantations en Côte d'Ivoire, au Ghana ainsi qu'en Afrique du Sud et au Sénégal. Dans ce sens, toute la marchandise acheminée vers le continent africain passera par l'entrepôt situé au niveau de la zone franche logistique gérée par Medhub au sein du complexe portuaire Tanger Med, avec des expéditions d'environ 10.000 tonnes. Par ailleurs, le groupe français, présent au Maroc depuis 1994 par le biais de son bureau de production, a déjà signé avec le ministère de tutelle, dans le cadre du Plan d'accélération industrielle, un contrat pour le développement d'une plateforme de sourcing local pour le textile, la fabrication de vélos, l'assemblage métallique ainsi que les chaussures de sport, mais aussi pour le développement de son réseau de magasins au Maroc.

Automobile: Le défi de monter de nouvelles filières

Par Jean Modeste KOUAME | Edition N°:5152 Le 21/11/2017 | Partager

Après le câblage, batteries... Il va falloir développer le cuir, l'électronique, l'aluminium
Le difficile virage de la montée en compétences, de la valeur ajoutée...
Le détail des grappes industrielles déjà opérationnelles

De tous les secteurs liés aux métiers mondiaux, l'automobile est de loin le plus avancé. Tous les indicateurs le prouvent. De nouvelles filières sont en train d'émerger : batteries, textile, coiffe de sièges, plasturgie, acier-métallurgie, aluminium... Le secteur de l'automobile a une place de choix dans le développement du tissu industriel marocain.

En effet, des filières qui n'existaient pas jusqu'alors sont en train de se développer et d'opérer une montée en compétences. Il y a 5 ans, le câblage était le seul écosystème qui fonctionnait à plein régime. Avant l'arrivée de Renault Tanger, 90% des multinationales du secteur étaient spécialisées dans les faisceaux de câbles, qui constituent encore l'essentiel de l'offre exportable.

Aujourd'hui, il va falloir capitaliser sur ces acquis, monter en compétences et développer davantage d'écosystèmes, pour fabriquer encore plus de batteries, opérer des reconversions notamment chez les textiliens... **L'on estime à 20 voire 25 mètres carrés le textile à bord d'une voiture.** Pareil pour l'emboutissage ou encore les opérateurs du cuir de manière à faire valoir la maroquinerie, notamment via les débouchés que recèlent les selleries cuir de l'automobile.

Le potentiel est énorme dans les technologies embarquées, la géo-localisation, les applications induites par l'Internet des objets... Cette montée en compétences du made in Maroc donne déjà ses premiers fruits avec le

développement de cycles de production plus longs à l'instar du cycle de vie d'un véhicule voire de la série du modèle (en moyenne 15 ans).

«La filière a pu décrocher un accord avec Ford pour porter ainsi le sourcing local à 700 millions d'euros d'équipements par an», confirme Hakim Abdelmoumen, président de l'Amica. A lui seul, le site de Renault Maroc table sur un sourcing local (à partir du Maroc) de 2 milliards d'euros, pour les besoins de ses usines européennes. «Nous sommes en négociations avancées pour l'approvisionnement de Seat et Volkswagen», annonce le patron de l'Amica.

«L'automobile est l'un des rares secteurs qui offre l'avantage de solvabilité. C'est une industrie très capitalistique certes mais le facteur risque est vraiment marginal», résume Abdelmoumen. Selon le président des industriels du secteur automobile: «Certes l'activité n'est pas spéculative et les marges sont très serrées mais les carnets de commandes s'inscrivent dans la durée. Du long terme avec une perspective de 8 à 10 ans voire plus. Ce qui garantit de la visibilité et la création de valeur dans la durée».

Sourcing local

Pour Jacques Mauge, président de la Fédération française des Industries des Equipements pour Véhicules (FIEV), «il y a de nombreuses opportunités qui s'expriment dans le sourcing local des rangs 1 et 2 au Maroc. C'est dire le potentiel et les multiples gisements de marchés à prendre. Il faut juste favoriser le rapprochement en faisant jouer des partenariats et des joint-ventures avec des fournisseurs de rang mondial». C'est ce qui permettra d'ailleurs d'assurer la montée en puissance en termes de transfert de savoir-faire, de qualité de main d'œuvre, voire du business. Ceci étant dit, de véritables challenges persistent en termes de développement voire de perfectionnement de nouvelles filières. Il va falloir travailler sans relâche pour monter des écosystèmes dans les tubes en aluminium, l'électronique embarquée, l'ergonomie, les pièces de plasturgie, la maroquinerie-cuir... «C'est un virage qu'il va falloir négocier intelligemment. Notre capacité d'atteindre les 80% d'intégration locale à terme, avec autant de milliards qui vont rester au Maroc, dépendra de cette transition et de la montée en compétences des différentes filières», analyse un opérateur, qui plus est membre de la CGEM.

5 écosystèmes déjà!

■ Powertrain

L'écosystème «moteurs et transmission» est bâti autour de Denso, Bontaz, Linamar, MGI Coutier... A fin 2016, la filière réalisait 357 millions d'euros de chiffre d'affaires pour 5.180 emplois. Ses engagements consistent à réaliser 500 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2020, pour une valeur ajoutée (VA) locale de 76%.

■ Batteries

Le noyau de cet écosystème est composé d'Electra, filiale du groupe Ynna Holding. Il y a aussi Tecna, Assad Batteries, Alma Bat... A fin 2016, la filière affichait plus de 37 millions d'euros de chiffre d'affaires, 1.400 emplois et une valeur ajoutée locale de 85%. Les engagements à l'horizon 2020 sont de 150 millions d'euros de chiffre d'affaires pour 90% de VA locale et 1.500 emplois.

■ Métal-emboutissage

Les ténors de la filière sont Renault, Viza, GMD groupe, Socafix... Au terme de 2016, l'écosystème générait 215 millions d'euros de chiffre d'affaires, 2.739 emplois et une VA locale de 41%. A l'horizon 2020, la filière table sur 500 millions d'euros de chiffre d'affaires, 5.000 emplois et une valeur ajoutée locale de 76%.

■ Intérieur véhicule et sièges

Le cœur de cet écosystème est composé de Faurecia, Trèves, Sigit, Promaghreb, Polydesign... A fin 2016, l'écosystème réalisait plus de 655 millions d'euros de chiffre d'affaires pour 17.676 emplois et une VA locale d'environ 40%. Pour 2020, les engagements de la filière tablent sur plus de 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires, pour 30.000 emplois et une valeur ajoutée locale de 65%.

■ Câblage

Les leaders de la filière sont Yazaki, Delphi, Leoni, Yura Corporation, Fujikura Automotive, Sumitomo... A fin 2016, la filière réalisait plus de 1,9 milliard d'euros de chiffre d'affaires pour 87.040 emplois et 48% de valeur ajoutée locale. A l'horizon 2020, les engagements de la filière consistent à réaliser 2,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires, pour une VA locale de 66% et pas moins de 70.000 emplois.

7 novembre 2017

Importations européennes d'habillement : excellentes performances du Maroc à fin août 2017 !

Au cours des huit premiers mois de 2017, les importations européennes d'habillement en provenance du Maroc ont progressé de 6 % pour atteindre 1,857 milliard d'euros. Il s'agit là d'une excellente performance enregistrée sur un marché européen plutôt atone, et fruit des importants efforts de compétitivité consentis par les entreprises marocaines avec le soutien actif des Autorités nationales.

Ce très bon résultat tranche avec celui de la Turquie, en recul de 2 %, et de la Tunisie qui plafonne à + 1%.

Du côté des fournisseurs asiatiques, on notera la nouvelle baisse de la Chine (-2%), de l'Inde (-2%) et de l'Indonésie (-9%). Le Cambodge demeure bien orienté (+6%), de même que le Vietnam (+4%) alors que le Bangladesh ralentit significativement (+3%) et que le Sri Lanka résiste (+2%).

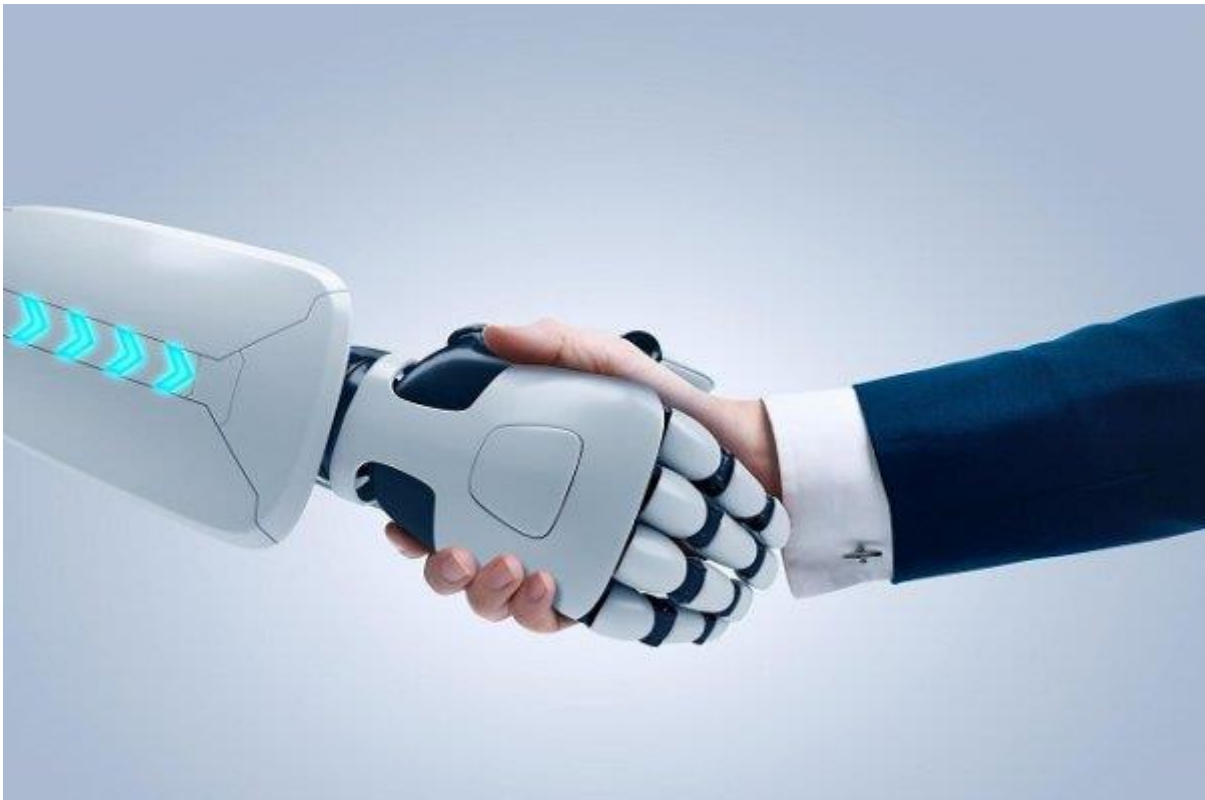
Le Pakistan (+10%) et le Myanmar (+58%) consolident leur percée sur les marchés européens d'habillement.

Rang	Fournisseurs	Valeur 1000 euros	Part %	2017/2016 %
1	Chine	17 481 017	31,8%	-2%
2	Bangladesh	10 529 538	19,2%	+3%
3	Turquie	6 475 695	11,8%	-1%
4	Inde	3 724 501	6,8%	-2%
5	Cambodge	2 344 442	4,3%	+6%
6	Vietnam	2 053 826	3,7%	+4%
7	Maroc	1 857 380	3,4%	+6%
8	Pakistan	1 821 866	3,3%	+10%
9	Tunisie	1 360 515	2,5%	1%
10	Sri Lanka	1 030 555	1,9%	+2%
11	Indonésie	811 740	1,5%	-9%
12	Myanmar	628 792	1,1%	+58%
	Autres	4 776 290	8,7%	+1%
	Totaux	54 896 157	100,0%	+1%

Source Eurostat – Traitement statistique : JF Limantour/Evalliance

Maroc: 50% des emplois actuels menacés par l'intelligence artificielle?

Par **SAMIR EL OUARDIGHI**
Mardi 7 novembre 2017 à 11h45



L'intelligence artificielle impacte de plus en plus la vie quotidienne de la planète. Si elle représente une opportunité de nouveaux emplois dans le monde développé, l'IA menace les PVD et les pays émergents, qui n'ont pas préparé leur reconversion dans les secteurs comme le textile ou l'offshoring

Lors de la 10ème édition de gouvernance mondiale de la World policy conférence qui s'est tenue à Marrakech du 2 au 5 novembre, un atelier d'experts s'est penché sur l'avenir du travail face aux avancées technologiques de l'intelligence artificielle qui se substitue à la main d'œuvre humaine.

Pour **Masood Ahmed**, ancien directeur du département Moyen-Orient et Asie du **FMI**, dans moins de 10 ans, **l'IA va créer beaucoup d'emplois dans les pays développés tout en détruisant 50% des emplois dans les pays en voie de développement** et les nations émergentes.

Inquiet, il pense que le développement de la **robotisation** a été anticipé par les nations avancées alors que les autres pays vont souffrir, car ils ne se sont pas préparés à reconverter leur population.

Ainsi le Vietnam ou la Chine qui produisent plusieurs millions de baskets par an risquent de perdre de très nombreux emplois, car ils n'ont pas formé cette catégorie d'employés à de nouvelles compétences.

Les usines de textile au Maroc qui n'ont pas anticipé la robotisation en cours pourraient donc ne pas survivre, sachant qu'elles emploient, chacune, des milliers d'employés appelés à devenir inutiles.

Un autre de ses métiers de prédilection comme l'offshoring sera aussi impacté par le chômage car les call-center ne nécessiteront bientôt plus d'intervention humaine avec le développement croissant des algorithmes de communication.

Il faut donc revoir les systèmes d'éducation et de formation pour réussir la **transition industrielle occasionnée par l'IA** qui sera plus importante en termes de bouleversements humains que celle des 300 dernières années.

Sans agenda politique national permettant de s'adapter aux développements inéluctables de cette technologie qui menace des millions d'emplois, les experts pensent que les pays non préparés seront confrontés à des **tensions sociales** chez les jeunes incapables de s'insérer dans les métiers de pointe.

Moins pessimiste, **la secrétaire générale adjointe de l'OCDE** pense que ces craintes sont exagérées car certains métiers pourront être automatisés et d'autres pas. L'ancienne 1er ministre de Finlande avance que cette technologie va détruire des emplois tout en en créant beaucoup d'autres.

Tout comme son collègue, Mari Kiviniemi a donc recommandé de se préparer à une croissance des inégalités sur le marché du travail en adoptant des politiques publiques pour améliorer l'éducation de base dans les pays peu avancés.

NOUVELLE OFFENSIVE POUR FAIRE AMENDER L'ALE AVEC LES ÉTATS-UNIS

Par [Younès Tantaoui](#) le 10/11/2017 à 15h16



© Copyright : Dr

Deux opérateurs marocains du textile tentent d'obtenir l'amendement de l'Accord de libre échange avec les États-Unis pour l'élargir à d'autres produits. Les détails.

Les textiliens marocains ne baissent pas les bras. Ils tentent toujours d'obtenir une dérogation aux dispositions prévues dans le cadre de l'Accord de libre-échange avec les États-Unis.

D'après une information rapportée par *Maghreb Confidential*, le gouvernement marocain vient de saisir le Département d'État américain au commerce afin d'intégrer «certains textiles» à la liste bénéficiant des conditions préférentielles d'accès au marché US. Cette saisie s'est faite au nom de deux opérateurs marocains, à savoir Modaline Holding et Salsabile.

Le problème du textile marocain avec le marché américain remonte à l'année dernière. Les produits nationaux de textile ne pouvaient plus bénéficier de la franchise des droits de douane après l'expiration de la dérogation qui leur avait été accordée.

Comme l'avaient expliqué à l'époque les responsables de l'Association marocaine du textile et de l'habillement, les dispositions de l'accord conclu entre le Maroc et les États-Unis en 2006 prévoyaient des conditions préférentielles d'accès au marché américain pour les produits fabriqués totalement au Maroc. Ainsi, pour que les produits de textile puissent en bénéficier, il fallait que tous les intrants entrant dans leur fabrication soient produits au Maroc. Une condition irréalisable dans la mesure où le Maroc ne dispose pas d'une filière intégrée à 100%.

Après l'expiration de la dérogation, les professionnels du secteur avaient mandaté un cabinet de lobbying pour convaincre les Américains d'amender les dispositions de l'ALE, mais sans succès. Ceci a eu pour effet une baisse sensible du chiffre d'affaires à l'export sur ce secteur.

Aujourd'hui, une deuxième tentative est faite avec l'espoir que certains produits textiles puissent bénéficier des avantages de l'ALE.

Morocco jostling to become sourcing hub for European fast fashion industry

YarnsandFibers News Bureau, 2017-11-08 14:00:00 - Africa



Morocco, the north African country having clothing and textiles sector that prides itself on speed, and has expertise in denim, wovens and knitwear. It is also jostling to become a sourcing hub for Europe's fast fashion industry, taking advantage of its geographical location and the rising

costs and concerns over compliance that begin to bite in China and Bangladesh, newer markets, such as Myanmar and Vietnam, are vying to become the next big sourcing heavyweights.

However, the need for an increasingly fast, flexible and reactive supply chain is leading many retailers to investigate markets considerably closer to UK shores and Morocco is poised to take advantage of this shift.

Accessible from the UK and much of Europe in the relatively short flight time of three and a half hours, Morocco is already a key sourcing market, along with Portugal and Turkey, for Spanish giant Inditex, which is renowned for its ability to get trend-led product into stores quickly.

Morocco's focus on fast fashion was evident at the latest edition of sourcing show Maroc in Mode, which took place in Marrakech on 27-28 October and showcased the nation's manufacturers. Many of the show's 128 exhibitors specialise in fast fashion and supply brands in the Inditex Group, including Pull & Bear, Zara and Bershka.

The textile and clothing industry is an important one for Morocco, employing over 183,000 people, representing 26% of the country's industrial jobs, and produces 1.1 billion garments every year.

The Moroccan government and the Association Marocaine des Industries du Textile et de l'Habillement (AMITH), which represents the nation's fashion manufacturers and hosts the trade show, plan to enlarge the sector still further. As part of an ambitious strategy to build the industry up €500m (£440m) by 2020, leading Moroccan manufacturers have been chosen to act as what AMITH refers to as "locomotives", guiding and advising smaller companies on how to modernise and improve production capabilities.

The sector has also been divided into a series of specialist areas known as "eco-systems", which include fast fashion, knitwear and denim. Each area has a different focus – denim, for example, has been set the task of creating 14,800 new jobs by 2020.

Mohamed Laghmouchi is the managing director of Tangier-based woven and knitwear specialist Nova Moda II, which works with Zara and its premium counterpart, Massimo Dutti. Exhibiting at Maroc in Mode, argues that - Morocco's proximity to Europe makes it particularly well suited to the fast fashion market. Morocco is the solution for producing fast fashion.

Mohamed Tazi, director general of AMITH, also believes geography will help to promote Morocco in the eyes of European retailers: The Moroccan clothing export sector will continue to benefit in 2018 and 2019 because of deep changes facing clothing retailers.

However, local manufacturers emphasise that there is more to Moroccan sourcing than speed. As Jalil Rais, director of Marisa, which supplies Sandro and Paul Smith, said that proximity is an advantage, but it's not the only one: lots of countries are near Europe and most of the world can be reached easily by plane now. Instead, he points to technical expertise, there's a lot of know-how in Morocco. The quality of the product is good, as is the level of social compliance, which is very important for UK retailers.

President Michèle Duperrin said that in the past couple of years, they have seen more European retailers expressing an interest in sourcing from Morocco, particularly as prices in Asia have increased. Also there's a lot of know-how and experience in the Moroccan market, so it's easier to find qualified people who can do the job you want than it might be in other countries. They can also produce at a competitive price, which is another advantage.

Morocco also has ambitious plans to become a global sourcing hub specializing in fast fashion and denim.

Govt asked to devise strategy for supporting textile sector

November 05, 2017

SHARE :



The Nation

Imran Ali Kundi

ISLAMABAD - Textile sector associations on Saturday emphasised that the government should devise medium to long-term plan in which it reduces electricity tariff by Rs3.53/kWh, withdrawing tariff rationalisation surcharge, GIDC and clear sales and customs refunds in order to enhance exports.

Exporters have shown serious concerns over the latest increase in electricity prices, saying it would further increase the cost of doing business of textile sector and may further hamper the production capacity of export-oriented sector. They demanded to waive surcharges of Rs3.53/kWh to bring the tariff to Rs7/kWh from the current Rs10.5/kWh and gas price to Rs600/mmBtu for the exports sector. The textile associations requested to clear sales tax and customs refunds and extending zero-rating facility to packing material and power looms.

Various **textile sector** associations have given their recommendations in the 7th meeting of Federal **Textile** Board, which was held under the chairmanship of Federal Minister for Commerce and **Textile** Parvaiz Malik and State Minister for Commerce and **Textile** Haji Akram Ansari. Prime Minister Shahid Khaqan Abbasi after meeting with the exporters last month assigned a task to the federal commerce minister to come up with a long-term plan in 30 days in consultation with exporters.

The government wants to enhance exports to control the widening current account deficit of the country, which had gone to \$3.55 billion during first quarter (July-September) of the current fiscal year compared to \$1.63 billion a year ago, showing an increase of 117.3 percent.

The meeting discussed multitude of issues being faced by the largest export industry of Pakistan and the facilitation given by the federal government. Representatives of **textile** associations appreciated the federal government for providing policy and budgetary facilitations to **textile** industry of Pakistan, which has resulted in increase of **textile** exports in comparison to previous year.

The federal commerce minister informed the house that the government has allocated Rs14 billion till date for the implementation of phase-I of the PM's package of Incentives. He further informed the house that the ECC of the Cabinet amended the PM's package to further facilitate the **textile sector**, and now 50 percent of the drawback will be provided without condition of increment, and remaining 50 percent will be provided if the exporter achieves an increase of 10 percent or more in exports during FY2017-18 as compared to FY2016-17. To further facilitate the exporters and to diversify the market, an additional 2 percent shall be allowed for exports to nontraditional markets - Africa, Latin America, non-EU European countries, Commonwealth of Independent States and Oceania. The minister also informed that relevant Notification Order has already been issued by the **Textile** Division.

The state minister for commerce and **textile** informed the house that to provide further facilitation to **textile sector**, short-term policy measures should be taken on priority basis specially rationalisation of energy prices.

The federal minister requested the associations to diversify markets by accessing non-traditional markets for which the government is also providing facilitation. He further requested the associations to encourage new investment feasibility studies should be carried out, come-up with proposals for social and environmental compliance, skill development, research and development, product and market diversification. He said, "Our preparations for the GSP+ review are excellent and in this regard all the federal

and provincial departments are on board and very well prepared.” He highlighted various efforts of his ministry to ensure smooth review. He directed the **Textile** Division secretary to immediately take up the matters with the ministries and departments concerned and also asked the Food Security secretary to examine the cotton imports procedure and early issuance of Plant Breeders Right Rules.

The minister also said that the government has taken bold steps to reduce cost of doing business and in this connection this meeting has been called to finalise the proposals of the **textile sector** and then he would take up these matters with the prime minister to provide a platform for the development of this largest manufacturing **sector** of Pakistan.

The meeting was also attended by the **Textile** Division secretary along with Ministry of National Food Security and Research secretary, senior officers of **Textile** Division, Commerce Division, Ministry of Industries and Production and Finance Division. The chairmen and senior representatives of member **textile** associations like All Pakistan **Textile** Mills Association (Aptma), Pakistan Readymade Garment Manufacturers and Exporters Association (PRGMEA), Pakistan **Textile** Exporters Association (PTEA), All Pakistan **Textile** Processing Mills Association (APTPMA), Towel Manufacturers Association (TMA), All Pakistan Bedsheet and Upholstery Manufacturers Association (APBUMA), Pakistan hosiery Manufacturers Association (PHMA), Pakistan Carpet Manufacturers and Exporters Association (PCMEA), Pakistan Bedsheet Exporters Association (PBEA) also participated in the meeting.

Textile, clothing products exports up by over 7pc

November 21, 2017



Imran Ali Kundi

ISLAMABAD - Pakistan's [textile](#) and [clothing products exports](#) recorded over 7 percent growth during four months (July-October) of the current fiscal year mainly due to the cash subsidy offered under the prime minister's [exports](#) enhancement package.

The country exported [textile](#) and [clothing products](#) worth \$4.4 billion during July-October period of the year 2017-18 as against \$4.1 billion of the corresponding period of the previous year, according to the Pakistan Bureau of Statistics (PBS). Revival in [textile](#) and [clothing products exports](#) enhanced the country's overall [exports](#) to \$7.1 billion during July-October of 2017-18 as compared to \$6.4 billion of the corresponding period of the last year.

[Exports](#) of [textile](#) and [clothing products](#) enhanced due to cash subsidy offered under the prime minister's [exports](#) enhancement package and release of pending refunds and better energy supplies.

[Textile](#) associations had recently demanded some incentives from the government to boost tumbling [exports](#). They had demanded to waive surcharges of Rs3.53/kWh to bring

the tariff to Rs7/kWh from the current Rs10.5/kWh and gas price to Rs600/mmbtu for the [exports](#) sector. Similarly, they had also asked to clear sales tax and customs refunds and extending zero-rating facility to packing material and power looms.

According to the PBS, the main driver of growth was the value-added [textile](#) sector. [Exports](#) of ready-made garments went up by 14.8 percent in the first four months of the ongoing financial year. Similarly, [exports](#) of knitwear increased by 10.62 percent during the period under review. [Exports](#) of bedwear went up by 5.44pc in value.

In the category of primary commodities, [exports](#) of cotton yarn witnessed a growth of 5.4 percent and [exports](#) of yarn other than cotton recorded a rise of 10.30 percent. [Exports](#) of made-up articles, excluding towels, increased by 8.81pc. Art, silk and synthetic [textile exports](#) grew by 60.61pc during the period under review.

However, [exports](#) of tents, canvas and tarpaulin dipped over 34 percent. [Exports](#) of cotton carded [exports](#) recorded decline of 100 percent during July-October period of the year 2017-18 over a year ago.

On the other hand, the imports also showed an increase of 22.55 percent and were recorded at \$19.2 billion during first four months (July-October) of the current financial year as against \$15.7 billion of the same period last year. Pakistan's combined import bill of food, oil and machinery swelled by over 18 percent during July-October of the ongoing financial year. The import bill of these three groups had cost \$10.3 billion during July-October of the FY2018 as against \$8.3 billion of the corresponding period of the last year, PBS.

The country spent \$4.4 billion on imports of petroleum group, which is 39.5 percent higher over a year ago. In petroleum [products](#), the government imported petroleum [products](#) worth \$2.6 billion and spent \$1.61 billion on petroleum crude. Similarly, the country imported liquefied natural gas (LNG) worth \$534 million and liquefied petroleum gas (LPG) worth \$97 million.

The PBS data showed that country had spent \$3.7 billion on importing machinery during first four months of the ongoing financial year. The third-biggest component was food commodities whose imports rose 20.21 percent year-on-year to \$2.2 billion.

[Sri Lanka apparel exports rise after reinstatement of EU GSP+](#)

Thu, Nov 16, 2017, 12:14 am SL Time, ColomboPage News Desk, Sri Lanka.



Nov 15, Colombo: European Union's tariff concession Generalized System of Preferences plus (GSP+) has delivered its most prominent success for Sri Lankan exports to-date since its reinstatement, Minister of Industries and Commerce Rishad Bathiudeen says.

"As a result of Prime Minister Ranil Wickremesinghe's efforts on GSP Plus, our apparel exports from January to September this year has increased by 11.3% to US \$ 1.67 Billion," said the Minister on Wednesday in Colombo.

Minister Bathiudeen was addressing the launch event of the third edition of Intex South Asia 2017 in Colombo on 15 November joined by Prime Minister Ranil Wickremesinghe, South African High Commissioner in Sri Lanka Ms R P Marks and High Commissioner of India to Sri Lanka Taranjit Singh Sandhu.





Having completed two previous fairs in 2015 and 2016 in Colombo, Intex has now become the largest and sole international textile sourcing event in South Asia for yarns, apparel fabrics, and accessories. A strong presence of Chinese, Indian and Hong Kong participants is seen-along with leading multinationals such as Reliance Industries, Bombay Rayon Fashions Ltd., Mekotex, The Woolmark Company are showcasing their material at this event which concludes on Friday 17.

Speaking at the launch, Prime Minister Wickremesinghe called for more events like Intex as a way for Sri Lanka's integration with the region.

"Intex is the largest textile sourcing exhibition in the region. It is also an indication of how we are integrated to the global trading system. Sri Lanka apparel industry is important for our economy and is important for integration of Sri Lanka with the global trading system and the rest of South Asia," the Prime Minister said adding that but there is more to be done.

"There are many opportunities in the value chain in the region that we have not taken. This type of events will lead to closer integration with South Asian countries," PM Wickremesinghe added.

Minister Bathiudeen stressed that the EU GSP Plus has delivered for Sri Lankan apparel exports.

"Our government's special efforts to improve our international relations were successful and has resulted in Sri Lanka receiving EU GSP Plus which greatly strengthened our exports, specially apparel exports" Minister Bathiudeen said.

"Our apparel exports to EU has increased by only 2% from January to September 2016 in comparison to the same period in 2015. As a result of Prime Minister Ranil Wickremesinghe's efforts, after receiving EU GSP Plus, our apparel exports to EU from January to September this year compared the same period last year at US \$

1.5 billion, has increased by a huge 11.3% to US \$ 1.67 Billion. Even though US market is not connected to EU GSP our apparel exports to US too has increased this year by 12% to \$ 1.8 billion (in January to September). I am also pleased to say that our overall apparel exports to all countries this year January to September increased by 13.4% to US \$ 3.97 billion in comparison to the same period last year at US \$ 3.5 billion. We believe this growth trend would continue and therefore expect even better performance next year."

In 2016, Sri Lanka's apparel exports were at US \$4.86 billion, claiming 43% of total Sri Lankan exports basket of that year.

Synthetic textile raw materials getting costlier with rising crude oil price

YarnsandFibers News Bureau, 2017-11-08 10:00:00 - Mumbai
Mumbai



Synthetic textile manufactures are witnessing raw materials getting costlier by two to five percent over the past month due to a sharp increase in crude oil prices. IT is expected a further increase in prices of raw materials in the short term. Due to an increase in crude oil prices, polyester staple fibre prices have risen by 10 percent over the past two months to Rs 82 a kg.

Purified terephthalic acid (PTA) is a crude oil derivative and an input for polyester fibre increased by 4.5 percent in November alone. It was \$692 a tonne on Tuesday. While, MEG (mono-ethylene glycol) has become costlier by 2.8 per cent in November, to \$928 a tonne on Tuesday. Other raw materials have also become costlier.

S K Khandelia, president, Sutlej Textiles and Industries, largest manufacturer of coloured yarn in India said that China, a large producer for recycled polyester staple fibre produced from PET (polyethylene terephthalate) bottles, has stopped procurement of such bottles, resulting in a shortage of raw material for their fibre manufacturing plants. Hence, prices of recycled polyester staple fibre have gone up.

Companies in plastics are also impacted. Indo Rama Synthetics, India's largest polyester-only manufacturer, had a net loss of Rs 17.7 crore in the September quarter, compared to a loss of Rs 14.7 crore for the same quarter a year before.

O P Lohia, chairman of Indo Rama said that due to the cut in GST (goods and services tax) rates on some products from 18 percent to 12 percent has come as a relief for them. Also with growing demand for polyester products, they were able to pass on the raw material price hike to consumers.

Brent crude rose 15.2 percent in a month to its current \$64.12 a barrel for spot delivery. This followed developments in Saudi Arabia and a rise in US-North Korea geopolitical tension.

Tunisie : La Hollande donne un coup de pouce au textile

par African Manager - 15/11/2017 18:21



Des rencontres B to B entre des entreprises tunisiennes et des acheteurs néerlandais spécialisés en denim et vêtements de travail ont été organisées, mardi, dans le cadre du projet d'Appui à la Compétitivité de la Chaîne de Valeurs du Secteur Textile-Habillement "COMTEXHA", a indiqué le Centre de promotion des exportations (CEPEX) dans un communiqué publié, mercredi, à Tunis.

Ces rencontres organisées à l'initiative du CEPEX à travers son bureau à Rotterdam, en collaboration avec le Centre de Commerce International (ITC) visent à renforcer la compétitivité du secteur textile-habillement en Tunisie.

Cette action a été rehaussée par la participation de 12 entreprises performantes dans les deux filières (3 entreprises dans les vêtements de travail et 9 entreprises dans la filière de denim).

Le textile-habillement est un secteur clé pour l'économie tunisienne. En effet, la Tunisie figure dans le top 10 des pays fournisseurs de l'UE où parviennent plus de 95% de ses exportations. Les Pays Bas représentent le 6ème marché d'importation d'habillement de l'UE.

A cette occasion, trois conférences ont été présentées sur l'importance de l'évolution de

la demande du marché des Pays Bas et les opportunités qu'il offre ainsi que sur les tendances de la mode sur le marché.

Une visite a été effectuée au Denim City Centre, un concept regroupant les professionnels, les designers, les développeurs des solutions tissus ainsi que les centres de formation en matière de compétences textiles.

November 19 2017 13:51:00

Turkey-made invisible fabric to sell to NATO countries



A Turkey-made invisible fabric that cannot be spotted by radars and thermal cameras will soon be sold to NATO countries.

The fabric, developed at the Sun Textile and Research Development Center, succeeded tests by the Turkish Armed Forces, and is now awaiting approval from Turkey's Defense Ministry for export.

Sabri Ünlütürk, chairman of the executive board of Sun Holding, told state-run Anadolu Agency on Nov. 16 that the fabric was invented by two scientists at Teknokent of Hacettepe University in Ankara.

He added that they began producing the fabric in their factory in the western province of İzmir, and came third after the U.S. and Israel in this particular technology.

“We are proud that the Turkish army is using this fabric. The previous products were only for visual camouflage,” Ünlütürk added.

He said the fabric spreads body heat in a way that makes the person wearing it impossible to be spotted by thermal cameras.

The tests for the camouflage uniforms are currently underway.

“These uniforms are designed for our soldiers to hide themselves from night vision scopes. Military units are testing them,” Ünlütürk said.

Turkey, NATO, fabric

Zara. Des messages de détresse dans des vêtements de la marque

Modifié le 10/11/2017 à 15:31 | Publié le 10/11/2017 à 10:22



Début novembre, à Istanbul, des clients d'une boutique Zara ont découvert des messages de détresse sur les étiquettes des vêtements de la marque espagnole. | Reuters

Hervé HILLARD.

Début novembre, à Istanbul, des clients d'une boutique Zara ont découvert des messages de détresse sur les étiquettes des vêtements de la marque espagnole. Des ouvriers turcs du textile voulaient ainsi alerter les consommateurs sur leurs conditions de travail et le non-paiement de leurs salaires.

« J'ai fabriqué cet article que vous vous apprêtez à acheter, mais je n'ai toujours pas été payé ». Rien à voir avec les classiques indications concernant les textiles utilisés et les informations de lavage. Voici quelques jours, à Istanbul, des clients d'un

magasin Zara ont découvert, sur les étiquettes de dizaines de vêtements de la marque espagnole, des messages d'alerte écrits par des ouvriers du textile.

Employés par le groupe Inditex (géant espagnol du prêt-à-porter auquel appartiennent les marques Zara, Pull and Bear, Massimo Dutti, Bershka et Oysho) en Turquie, ceux-ci entendaient ainsi attirer l'attention des consommateurs sur leurs conditions de travail. Et sur le fait que la manufacture pour laquelle ils travaillaient, Bravo Tekstil (également sous-traitante des célèbres marques Mango et Next), a fermé du jour au lendemain en juillet 2016, sans prévenir personne et avec trois mois de salaire d'arriérés vis-à-vis de ses 140 employés.

Des mineurs syriens dans les ateliers

Bravo Tekstil, à l'image de milliers d'autres entreprises turques, sous-traite pour les grandes marques occidentales qui trouvent en Turquie une main-d'œuvre certes qualifiée, mais surtout flexible et bon marché. Les syndicats turcs dénoncent d'ailleurs régulièrement les cadences, les horaires, les maigres salaires, les faibles règles de sécurité d'un secteur qui emploie pourtant 2 millions de personnes dans le pays.

Ce n'est pas le premier scandale auquel Zara doit faire face. En 2016, la *BBC* avait dévoilé que des réfugiés syriens, dont des mineurs, étaient exploités dans les ateliers de certains de ses sous-traitants.

Ce n'est pas non plus le premier cas de messages laissés dans des vêtements par des ouvriers : en 2014, la chaîne de prêt-à-porter islandaise Primark avait vécu la même histoire.

« Nous ne méritons pas plus que leurs restes »

Quoi qu'il en soit, le groupe Inditex a annoncé être en train de se pencher sur une solution pour indemniser les employés de Bravo Tekstil.

Mais, selon *Libération*, les salariés de la manufacture doutent de la réalité de la procédure et mettent en avant la responsabilité des grandes marques vis-à-vis de leurs petites mains : **« Comme d'autres grandes marques internationales, Zara a signé un accord contraignant qui garantissait les conditions de travail des employés de ses sous-traitants, explique Asalettin Arslanoglu, président du syndicat Disk Tekstil. En Europe, ils brandissent cet accord et clament : nous sommes une entreprise responsable. Mais ici, les petits patrons sont submergés par les commandes de**

ces grands groupes qui veulent toujours plus de produits de qualité à bas coût. Cela se répercute donc logiquement sur les employés et leurs conditions de travail. »

Par ailleurs, les négociations avec les grandes marques occidentales ne vont pas dans le sens espéré par les ouvriers : **« Elles ont déclaré qu'elles ne payeraient qu'un peu plus d'un quart de ce que nous réclamions »**, racontent-ils pour *Libération*. **« En d'autres termes, les marques ont accepté leur responsabilité, mais elles ont pensé que nous ne méritons pas plus que leurs restes »**, affirme leur pétition en ligne, lancée fin septembre, qui a déjà récolté plus de 20 000 signatures.

Fonds de secours

De son côté, Zara France a fait savoir que **« le groupe Inditex avait payé toutes ses obligations contractuelles à la société Bravo Tekstil »**. Et qu'un fonds de secours était en cours de création pour les travailleurs touchés : **« Ce fond couvrirait des salaires non rémunérés, des indemnités compensatoires, des congés inutilisés et des indemnités de licenciement des travailleurs qui ont été employés au moment de la fermeture soudaine de leur usine en juillet 2016 »**.

Bénéficiant d'un accès détaxé à l'UE, la Turquie était en 2016 le troisième fournisseur de l'Europe en habillement, avec 9,5 milliards d'euros de marchandises, en hausse de 1 %, selon les chiffres de l'Institut français de la mode.

Brexit could benefit the UK textile and clothing industry

By: AJOT | Nov 17 2017 at 08:38 AM | [International Trade](#)

Brexit—the exit of the UK from the EU—could benefit the UK textile and clothing industry, according to a report in the latest issue of *Global Apparel Markets* from the business information company Textiles Intelligence.

One consequence of the UK’s decision to exit the EU has been a fall in the value of sterling and this has made UK textile and clothing exports more competitive in terms of price. At the same time, many UK retailers are considering sourcing more of their requirements from UK suppliers as the fall in the value of sterling has made imports more expensive.

Meanwhile, many foreign suppliers are diverting the focus of their export efforts to other markets as the UK market has become less profitable.

These trends are set to continue in the run up to Brexit—which is set for March 29, 2019—and beyond—as long as sterling remains low.

The UK textile and clothing industry could also benefit if—in the absence of a free trade agreement—customs duties are imposed on imports originating in the EU and **other “near shore” supplying countries such as Turkey**. Customs duties would make imports from these countries more expensive and, as a result, such imports would pose less competition for UK produced goods.

At the same time, exiting the EU would provide opportunities for the UK to negotiate its own trade deals—which it is not permitted to do as an EU member. This could mean better access for the UK textile and clothing industry to export markets in China, Japan and the USA, where UK manufactured products command a premium.

It is thought that a tariff-free or duty-free arrangement between the UK and the USA, for instance, could lead to a 30% surge in UK exports to the USA over a five-year period. Furthermore, this could benefit US consumers as it could lower the prices of quality UK goods in the US market by an estimated 15-25%.

However, the extent to which the UK textile and clothing industry will be able to expand in response to these opportunities will be limited by the fact that there are no longer any large volume garment manufacturing plants in the UK.

Also, there are concerns about the future availability of talent and skilled operatives. **Many of the industry’s skilled employees have come from other EU countries in recent years**—especially those in Eastern Europe—and access to such resources could be curtailed if inward migration is restricted.

That said, as manufacturing opportunities in the UK textile and clothing industry open up, there is a chance that perceptions of employment opportunities in the industry will improve and this could help the industry to attract new, young, home grown talent.

One of the biggest concerns of the UK textile and clothing industry, however, is future access to the single European market. As much as 45% of UK textile imports and 25% of UK clothing imports come from other EU countries, and large proportions of these imports are materials used in the manufacture of textiles and clothing in the UK for subsequent export. If tariffs were imposed on imports of these materials, their cost would increase and this would force UK textile and clothing companies to increase their prices in the domestic market and lose market share.

In fact, if the UK were to fall back on World Trade Organization (WTO) rules, then the average tariff on imports of textile products coming into the UK would be between 10% and 15%. And—given that there has already been a 20% increase in costs as a **result of the depreciation of sterling against the US dollar since the UK's decision to** exit the EU was made—imported materials could become 35% more expensive when WTO tariffs are factored in.

An increase in the cost of imported materials would also force UK textile and clothing companies to increase their export prices and this could have a huge effect on sales of their products abroad.

As much as 74% of UK textile and clothing exports go to other EU countries and it is feared that much of this trade will be lost unless a free trade agreement can be negotiated.

Furthermore, if UK textile and clothing products were to become subject to higher tariffs when they are imported into EU countries, then more products would be made in the EU rather than in the UK, more products would be warehoused in the EU rather than in the UK, and more products would be shipped from the EU rather than from the UK—all at the expense of jobs and economic activity. More offices would be established in the EU and thus more jobs created in the EU at the expense of those in the UK.

In the meantime, until there is further clarity regarding the terms of the UK's exit from the EU, the uncertainty surrounding Brexit while negotiations are ongoing will continue to cripple business investment decisions and harm business and consumer confidence.

Recul des importations américaines d'habillement (neuf premiers mois de 2017)

Mercredi 8 novembre 2017

Au cours des neuf premiers mois de 2017, les importations américaines d'habillement ont atteint 61 milliards de dollars, en recul de 1,4 % par rapport à celles de la même période de 2016. Parmi les douze premiers fournisseurs, seuls le Vietnam (+6,5 %), l'Inde (+0,9%), le Mexique (+6,0 %) et le Pakistan (+0,9%) sont en croissance. La Chine demeure de très loin le premier fournisseur d'habillement des Etats-Unis. Elle fournit le tiers des importations américaines mais enregistre une baisse de ses ventes (-3,9%), de même que le Bangladesh, second fournisseur (-5,6%).

Importations d'habillement des Etats-Unis au cours des 9 premiers mois de 2017						
Rang	Fournisseurs	9 mois 2016		9 mois 2017		2017/2016
		1000 \$	%	1000 \$	%	%
1	Chine	21 246 328	34,5%	20 417 956	33,6%	-3,90%
2	Vietnam	8 173 456	13,3%	8 704 782	14,3%	6,50%
3	Bangladesh	4 171 911	6,8%	3 938 815	6,5%	-5,59%
4	Indonésie	3 632 746	5,9%	3 489 437	5,7%	-3,94%
5	Inde	2 875 402	4,7%	2 901 799	4,8%	0,92%
6	Mexique	2 517 830	4,1%	2 668 986	4,4%	6,00%
7	Honduras	1 929 151	3,1%	1 892 640	3,1%	-1,89%
8	Cambodge	1 643 976	2,7%	1 617 647	2,7%	-1,60%
9	Sri Lanka	1 489 486	2,4%	1 448 815	2,4%	-3,38%
10	El Salvador	1 480 277	2,4%	1 424 619	2,3%	-3,76%
11	Pakistan	958 501	1,6%	967 275	1,6%	0,92%
12	Philippines	747 577	1,2%	630 992	1,0%	-15,60%
	Autres	10 748 957	17,4%	10 652 504	17,5%	-0,90%
Totaux		61 615 598	100,0%	60 756 267	100,0%	-1,39%

Source : Douanes américaines Traitement statistique : J.F Limantour/Evaliance

Un quart des importations US d'habillement vient des pays de l'ASEAN (15,5 milliards de dollars) alors que l'Union européenne n'en fournit que 2,5 % dont plus de la moitié en provenance d'Italie.

Bien que bénéficiant d'un régime préférentiel au titre de l'AGOA (African Growth And Opportunity Act), les pays d'Afrique sub-saharienne n'occupent qu'une place très modeste sur

le marché américain: 765 millions de dollars pour les 9 premiers mois de 2017. Le Kenya, le Lesotho et Madagascar sont les principaux fournisseurs.

Les importations américaines d'habillement en provenance des pays du Bassin méditerranéen se sont élevées à 2,2 milliards de dollars au cours des 9 premiers mois de 2017. Elles sont principalement fournies par la Jordanie (1,025 milliard \$) et l'Egypte (548 millions \$), qui bénéficient tous les deux d'un arrangement préférentiel QIZ leur permettant d'exporter à droits nuls vers les Etats-Unis. Les autres fournisseurs méditerranéens sont la Turquie (397 millions \$), le Maroc (98 millions \$), la Tunisie (47 millions \$) et Israël (46 millions \$). On notera que la Turquie vend surtout du textile aux Etats-Unis (tissus, fils, ..): 707 millions \$ pour les 9 premiers mois de l'année.

Texworld USA Returns To The Javits Convention Center In January 2018 With More Than 240 Exhibitors From Around The Globe

November 15, 2017

NEW YORK CITY — November 2017 — After the success of Texworld USA in July, the important global sourcing show will be returning to the Javits Convention Center January 22-24, 2018. Texworld USA is a dynamic industry event and business platform bringing together the best apparel fabric, trims and accessory suppliers in the heart of New York City from around the world. Over its 10-year history, Texworld USA continues to provide industry experts, designers, fabric buyers, merchandisers and sourcing professionals a unique opportunity to meet directly with a wide range of manufacturers and global suppliers from Asia, the Middle East and North America.

Texworld USA is where professionals and experts come for affordable apparel fabrics, trims and accessories for every product line for today's modern consumer women's, men's, juniors and childrenswear. The fair showcases textiles of innovative structures, material mixes and surprising color palettes across 14 product categories. Attendees and visitors stay updated on the latest trends in textiles, and have an exclusive opportunity to network and meet designers and suppliers from around the world while taking advantage of complimentary educational seminars, all under one roof.

"It's no secret that consumer buying patterns are changing quickly and that the customer is looking for more value than ever when purchasing apparel." said Jennifer Bacon, show director, Fashion & Apparel. "This is impacting

brands and our buyers and therefore, we are focused on curating a group of exhibitors that offer a wonderful product at a great price. Ultimately, our buyers can visit other textile or apparel shows to network and get inspiration on trends, but Texworld USA is the show to find in-demand, on-trend fabrics at realistic and affordable prices. We're an order writing show, now more than ever."

More than 240 exhibitors and new manufacturers will be showcasing their latest fabrics for Texworld USA's Winter Edition 2018 in NYC. The show floor will feature exhibitors specializing in cotton, denim, embroidery, lace, functional fabrics and more.

Texworld's educational seminar series, organized by Lenzing Fibers will return for Winter 2018 featuring sessions hosted by curated panels of industry experts, discussing the global textile and sourcing landscape. Be inspired as Texworld USA's trend display area will feature fabrics from over 14 product categories. Visitors will also have the opportunity to take a peek at the newest color and textile offerings for spring/summer 2019.

Last winter's Texworld USA show boasted over 225 exhibitors representing 12 countries, including: Canada, USA, Colombia, India, United Kingdom, China, Hong Kong, Japan, and more. Turkey, Korea and Taiwan returned with dedicated country pavilions. The Lenzing Pavilion also returned to the show floor with 17 exhibitors focused on integrating sustainable fibers into a wide range of product categories. From cotton to functional fabrics and knits to lace, Lenzing Pavilion exhibitors showcased the best use of TENCEL® and Lenzing Modal®.

Apparel Sourcing USA Winter 2018, occurring in conjunction with Texworld USA, will say hello to exhibitors specializing in womenswear, menswear, children's, accessories, etc. and will spotlight a true style icon: denim. As one of the only events on the east coast to focus on sourcing finished apparel, contract manufacturing and private label development, Apparel Sourcing USA is a long-term joint venture partnership between Messe Frankfurt and CCPIT-TEX and provides attendees direct access to suppliers all

over the globe. The January 2017 show showcased 107 suppliers from 9 countries including: China, Hong Kong, India, Myanmar, Taiwan, USA and Sri Lanka. In addition, Mexico and Peru represented western hemisphere sourcing options with 12 suppliers present on the show floor.

Posted November 15, 2017

Source: Messe Frankfurt

Apparel firms advised to increase technology application

VNA Monday, November 13, 2017 - 15:37:00 [Print](#)



The garment-textile export in 2017 is expected to hit 30.5 billion USD, much higher than that of the previous year (28.1 billion USD) (Photo VNA)

Hanoi (VNA) – Applying new technologies to reduce production cost and increase competitive edge is the urgent solution for the garment-textile industry given global fiercer competition.

It is also necessary for businesses to seek more markets outside the Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) and reinforce its niche on major ones such as the US, the EU, and Japan to maintain growth.

Another potential markets are countries from the Eurasian Economic Union (EAEU), particularly Russia. Whereas the Republic of Korea continues to be a fertile land for enterprises to explore since the Vietnam-RoK free trade

agreement has come into force.

As the number of orders is likely to decline without price hike, businesses are warned to make full use of modern equipment to reduce production cost and increase competitiveness.

Director General of the Vietnam National Textile and Garment Group (Vinatex) Le Tien Truong said the application of new technologies will help increase productivity and use less labour.

Besides opportunities, the fourth industrial revolution also poses challenges regarding investment, restructure and labour, he said, adding that the appropriate technological access and the clarification of self-potential will help businesses choose the most efficient way to penetrate into foreign markets.

According to the Vietnam Textile & Apparel Association (VITAS), the garment-textile exports increased nearly 10 percent year-on-year to reach 19.8 billion USD in the first eight months of 2017.

The US is making up the biggest proportion of 51 percent of Vietnam's total apparel exports.

The garment-textile export in 2017 is expected to hit 30.5 billion USD, much higher than that of the previous year (28.1 billion USD).-VNA

VN's largest textile and garment expo attracts hundreds of int'l brands

Update: November, 14/2017 - 17:00

The Vietnam International Textile & Garment Industry Exhibition and the Vietnam International Textile & Apparel Accessories Exhibition (VTG 2017) will be held in HCM City from November 22-25. — VNS Photo

[Viet Nam News](#)

HCM CITY — A total of 400 exhibitors from 14 countries and territories will show their latest technologies and machines at the 17th edition of Việt Nam's leading textile and garment trade fair in HCM City from November 22-25.

The Vietnam International Textile & Garment Industry Exhibition and the Vietnam International Textile & Apparel Accessories Exhibition (VTG 2017) will be held at the Saigon Exhibition & Convention Centre.

Most of the exhibitors are from mainland China, Germany, Hong Kong, India, Japan, Malaysia, Singapore, Switzerland, South Korea, Taiwan, Thailand, Turkey, Uzbekistan and Việt Nam.

The country's textile and garment sectors had \$14.58 billion in outbound shipments in the first six months of the year, representing a significant annual increase of 11.3 per cent.

A number of seminars will be held during the trade fair. Some of the highlights will focus on how Việt Nam prepares for free trade areas; the impact of the 4.0 industrial revolution; and the future for the market in changing times. — VNS



Foreign brands up the ante in fashion market

Update: November, 20/2017 - 09:00



Outside the recently opened H&M store in Hà Nội. — VNS Photo Hoàng Như Hoa.

HÀ NỘI — The competitive pressure exerted on domestic fashion firms by the increasing presence of world renowned brands is unavoidable, but it could have positive impacts in the long run, experts say.

They say that the Vietnamese consumer market is growing, and stiff competition could motivate domestic firms to change their production methods and business practices in order to stay in business.

Since the early 2000s, a series of world famous fashion houses targeting the middle-income group has entered Việt Nam, including Spain's Mango, UK's Oasis and US's GAP.

Sweden's Hennes & Mauritz (H&M) and Spain's fashion giant Zara are among the latest entrants in the last few months.

Going by anticipation and crowds that these brands have generated in their opening days, it is evident that they are meeting a demand, and domestic firms have no choice but to deal with strong competition.

What has to change

Đặng Phương Dung, Vice Chairwoman, Secretary General at Việt Nam Textile and Apparel Association (VITAS), told the Vietnam News Agency that the emergence of more international brands would compel domestic companies to diversify their products in all market segments.

The foreign brands are meeting a real demand, according to Samir Dixit, Managing Director, Brand Finance Asia Pacific.

He said in the company's 2016 Việt Nam 50 Report that foreign brands' taking over the domestic market is simply inescapable because of the ever increasing gap between consumers' demand and producers' supply in terms of volume, quality and aesthetics.

As the foreign brands enter Việt Nam, local businesses must be more aware of their own product quality and appropriately change their investment orientations, Dixit said.

Dung said most domestic garment producers have focused mainly on exports, chiefly taking on outsourced production. They have not been interested in the huge potential of the domestic market; therefore, despite being one of the top textile and garment exporters in the world, the country has yet to gain much added value, she added.

Customer favourite

With textile and garment firms tending to specialise in production but not in design, branding and distribution, they will have to adapt fast to be able to compete with the newcomers.

The success of grand openings by H&M and Zara can be attributed to good marketing and advertising, but it is undeniable that "fast fashion" (where a new trend or design is quickly produced at relatively cheap prices) is now an established customer favourite in Việt Nam.

Its young population and rapid improvement in living standards has made Việt Nam an attractive and fertile territory for international fashion brands.

These firms produce wide ranges of clothing for different market segments and sell them at an average price due to diminishing production costs that result from mass production.

In the fashion industry, foreign companies tower over their domestic counterparts in terms of capital, professionalism, marketing and customer service, and most importantly, online selling.

A spokesperson for H&M said the brand spent two years researching the Vietnamese market, identifying key growth factors like a fast-paced economy, an exponential number of fashion-conscious consumers with distinctive tastes, and a surging density of shopping malls.

Domestic enterprises have begun placing more emphasis on designing and offering more diverse products of higher quality, and it is even said that Vietnamese enterprises may enjoy some home turf advantage, which enables a cultural understanding of customer habits.

However, it is evident that domestic brands remain weaker than their international competitions, as Đinh Thị Mỹ Loan, President of the Vietnam Retailers Association, said at a June 2017 conference on identifying retail policy risks.

Loan said that more than 200 foreign fashion brands present in the country occupying more than 60 per cent of the market share.

She noted that major fashion brands in the world are very interested in Việt Nam because of its high annual average market growth rate of between 15 to 20 per cent.

There's confidence

Domestic brands that have made a mark in the market remain confident and hopeful that they will be able to ride the new waves of international competition.

Đỗ Việt Anh, Director of Boo Fashion Trading Co. Ltd, told Việt Nam News that the continuous stream of foreign brands entering Việt Nam's fashion markets will have some impact on the domestic fashion industry, but they are likely to be short-term impacts.

In the long run, such competition is definitely a good dose of reality for the country's fashion market. It will help alter people's shopping habits towards branded products instead of non-branded ones, he added.

The looming presence of these foreign brands will also help customers compare domestic and global fashion products, and understand that prestigious Vietnamese brands are not inferior, Anh said.

Nguyễn Tiệp, NEM Fashion's Head of Marketing Department, also held the same view despite the two brands' different demographics.

Tiệp told Việt Nam News that his company would implement a business strategy to boost a line of customers' favourite products in order to increase its competitiveness.

The company will also focus on strengthening its point of sale customer service and improving overall customer experience, Tiệp said. — VNS

La haute couture se réinvente avec les tissus traditionnels

05/11/2017 06:56

Les stylistes vietnamiens sont de plus en plus présents aux défilés internationaux. Leurs créations se distinguent par leur style facilement reconnaissable, mais aussi par les matières traditionnelles «made in Vietnam» avec lesquelles elles sont confectionnées.



Beaucoup de créateurs de mode ont choisi les éléments traditionnels pour leurs collections.

Photo : CTV/CVN

L'usage des éléments traditionnels devient actuellement tendance, répandu par les plus fameux créateurs de mode vietnamiens, au Vietnam mais aussi à l'international.

«On ne peut pas parler de création vietnamienne pure si elle est conçue par des stylistes vietnamiens mais confectionnée avec des matières premières étrangères», lance la styliste Minh Hanh, qui a l'ambition de présenter une collection vietnamienne de A à Z à l'étranger.

Les producteurs locaux mis à contribution

Dans l'optique de vanter les produits vietnamiens, la Semaine de la mode printemps-été 2018 tenue début octobre à Hanoï a fait la part belle aux textiles du pays. *«La plupart des stylistes ont choisi des matières traditionnelles d'origine naturelle pour créer leurs collections», a-t-elle déclaré.*

Et de poursuivre qu'en écho à la tendance globale, les designers vietnamiens ont noué des partenariats avec les artisans de nombreux villages de métiers spécialisés dans le textile et les producteurs domestiques, comme les villages de Nha Xa, de Nam Cao (Nord) et d'An Phuoc (Centre) ou la Compagnie textile de soie Hà Bao (sur les hauts plateaux du Centre). Cela leur permet de concevoir des créations qui satisfont à la haute couture. De plus, cette Semaine de la mode vise à mettre sur le devant de la scène ces travailleurs de l'ombre que sont les artisans et producteurs de soie et de tissus des villages de métiers traditionnels du Vietnam.

Un retour aux sources qui a tendance à porter ses fruits, plusieurs stylistes vietnamiens étant en train de gagner leurs galons à l'international grâce à cette introduction d'éléments traditionnels. C'est le cas de Vo Việt Chung, qui a remis au goût du jour la soie My A après des décennies d'éclipse.

Cette soie est une spécialité de la région de Tân Châu, province d'An Giang (delta du Mékong). Jadis, cette terre fertile était réputée pour la sériciculture, un métier d'appoint très lucratif que pratiquaient les paysans. Au début du XX^e siècle, sous la domination coloniale française, la soie naturelle de Tân Châu a attiré l'attention d'agronomes français. Mais, dans les années 1970, face à l'afflux des soies synthétiques étrangères, le métier a périclité.

C'est avec de la soie My A colorée que Vo Việt Chung a créée, après un cours de perfectionnement en Italie, une collection époustouflante. Depuis, cette matière noble guide sa vie professionnelle. Nombre de ses collections en satin My A ont conquis le public lors de défilés de mode internationaux, en Malaisie, en Allemagne, aux États-Unis... En 2014, sa collection Miss Cochinchine a fait sensation.

Un moyen de présenter la culture pluriethnique

Pour Vo Việt Chung, l'utilisation de la soie naturelle traditionnelle My A est aussi un moyen de présenter la culture du Vietnam au monde. Dans le même ordre d'idée, la styliste Minh Hanh suppose que les créateurs de mode peuvent mettre en valeur les éléments traditionnels du Vietnam en s'adaptant à la tendance mondiale.



La Semaine de la mode printemps-été 2018 tenue début octobre à Hanoï a fait la part belle aux textiles du pays.

Photo : CTV/CVN



Les stylistes commencent progressivement à exploiter la soie traditionnelle pour leurs dernières créations.

Photo : CTV/CVN

Minh Hanh est connue pour de nombreuses collections inspirées des brocards traditionnels, qui sont faites par des tisserandes issues de différentes ethnies minoritaires telles que les H'Mông ou les Thai. À travers ses créations, elle cherche à préserver et valoriser la beauté traditionnelle, privilégiant des matières premières artisanales comme les brocatelles ou la soie. Elle s'illustre en les combinant aux tendances actuelles.

Comme elle, beaucoup d'autres créateurs de mode ont choisi les éléments traditionnels pour leurs collections. Spécialisé dans les costumes pour hommes, le designer Duy Nguyễn utilise dans ses créations le tussor, fabriqué par le village textile de Nam Cao, province de Thai Binh (Nord).

Diplômée à Singapour, Nhi Hoàng a lancé une collection en soie du village de Nha Xa. Elle a jeté son dévolu sur ce matériau pour sa souplesse et son velouté incomparables. Ses modèles sont pratiques et modernes.

Intitulée Histoire du Tây Bac, la collection du styliste Quang Huy est un récit sur la beauté de la région Nord-Ouest. Presque tous les vêtements de sa collection sont faits à partir de brocatelle produite dans cette région montagneuse.

Ces collections ont laissé une impression très spéciale au public. La culture est toujours un moyen puissant de toucher le cœur des gens partout dans le monde.

Phuong Nga/CVN

Last update 12:00 | 21/11/2017

Vietnamese fashion brands warn they may lose home market

VietNamNet Bridge - Vietnamese fashion and garment companies have usually focused on outsourcing and have ignored branding. But the business strategy will no longer fit the new circumstances as more and more foreign brands have landed in Vietnam.



Mango has opened two Mango Mega Stores since 2015. H&M opened a shop in HCMC last September. On November 9, Zara opened its first shop in Hanoi.

According to Savills, Vietnam is the fifth country in South East Asia where Zara is present. The arrival of Uniqlo in the near future will make the Vietnamese market even more competitive.

Dang Phuong Dung, deputy chair of the Vietnam Textile & Apparel Association (Vintas), said the presence of the world's famous fashion brands will force Vietnamese companies to invest more in branding.

“Not many Vietnamese companies can develop their own brands and sell products under their names. In general, they do not pay much attention to branding because of IP infringement and counterfeit products,” she said.

The presence of the world’s famous fashion brands will force Vietnamese companies to invest more in branding.

“However, as more famous fashion brands have arrived, Vietnamese companies will have to build brands of their own to compete,” she said.

Lai Tien Manh, a branding expert, and CEO of Midrand, said the presence of more foreign brands has occurred because income per capita has been increasing and demand is increasing.

“Vietnamese companies need to change their business strategies. To date, they have been focusing on doing outsourcing. But they will be uncompetitive if they continue doing this,” he commented.

He went on to say that Vietnamese companies are good at producing textiles and garments, but not at fashion design, branding and distribution. They will have to make great efforts to survive in the market.

According to MOIT, in the first six months of 2017, the total textile & garment export turnover reached \$14.58 billion, an increase of 11.3 percent over the same period last year, much higher than the 6.1 percent growth rate of 2016. Of this, garments brought \$11.84 billion, an increase of 9.1 percent.

Vietnam has been witnessing outstanding growth rate in textile and garment exports in recent years compared with other exporters such as China, Bangladesh, Indonesia and India.

However, Dung commented that the majority of Vietnamese companies focus on exporting products and pay little attention to the domestic market, though it has great potential. Though Vietnam’s textile & garment industry is a world leader, it mostly does outsourcing.

Some Vietnamese fashion brands well known in the domestic market such as Viet Tien, Nha Be, An Phuoc and Garment 10 only target mid-range menswear.

Last update 14:14 | 06/11/2017

Vietnamese garment industry faces fierce competition from China, Myanmar

Competition in the world garment market is forecast to be stiffer, not only with China but also with countries such as Myanmar and Cambodia as they increase competitive pressures on Vietnamese products.



The information was announced at a seminar on the prospect of garment exports in 2018 held in Ho Chi Minh City on November 3.

Speakers at the seminar said that in addition to advantages and potential, the added value of the garment industry is not high because domestic businesses mainly do outwork for foreign firms. Its weakest point is an undeveloped supply chain, resulting in a lower added value compared to other countries around the world.

Pham Xuan Hong, chairman of the HCM City Association of Garment Textile Embroidery-Knitting (Agtek), pointed out the challenges for the industry in the near future, including greater competition from regional countries like China, Myanmar, and Cambodia.

To overcome barriers and sharpen competitive capacity, Mr. Hong said domestic businesses must improve workers' skills and renovate management methods to optimize production and improve efficiency.

He forecast that the garment sector will thrive next year if strategies are implemented effectively to put the industry on the right track. Particularly, businesses are researching new trading methods, which will help create more added value.

To iron out the snags and increase added values of export garment products, the Government and other relevant ministries and departments have gradually removed hurdles and issued policies to develop the support industry, contributing to the development of the supply chain in the garment sector.

Participants at the seminar proposed measures such as fully exploiting the domestic market of more than 90 million people, and maintaining and developing key markets such as the US, EU, Japan, and the Republic of Korea, as well as other markets like ASEAN, Eurasian Economic Union, India, and Latin America.

Other proper policies should be devised to attract foreign investment in fibre production, weaving, and dyeing, and mobilizing sources to develop smart garment and textile plants.

L'industrie textile a su profiter des avantages des accords commerciaux
14/11/2017 07:19

Le secteur textile du Vietnam pourrait réaliser cette année un chiffre d'affaires à l'exportation de 30,5 milliards de dollars, a déclaré Vu Duc Giang, président de l'Association du textile et de la confection du Vietnam (VITAS).

Lors des huit premiers mois de l'année, les exportations nationales de textile-habillement ont atteint 19,8 milliards de dollars, soit une hausse de 9,9% en glissement annuel. Les États-Unis sont restés le premier débouché avec environ 51% du total des exportations vietnamiennes, devant l'Union européenne (UE) et le Japon.



Chú thích ảnh

Le secteur textile vietnamien vise 30,5 milliards de dollars d'exportation cette année. Photo : Quốc Việt/VNA/CVN

Le pays a réalisé 6,92 milliards de dollars d'exportations vers les États-Unis, 2,8 milliards vers l'UE et 1,65 milliard vers le Japon. Le Vietnam a dépassé ses concurrents dans la croissance de ses exportations textiles au cours des six premiers mois de l'année. «*Ceci résulte en partie de la baisse des exportations de ses concurrents comme l'Indonésie, le Bangladesh et la Chine*», a estimé Pham Xuân Hồng, président de l'Association des entreprises de textile, de confection et de broderie de Hô Chi Minh-Ville.

Vietnam, une nouvelle destination de sourcing

Selon la Carte commerciale (*Trade Map*), la Chine a observé une baisse de plus de 5% en glissement annuel, le Bangladesh de 3,5% et l'Indonésie, de 5%. L'ouverture au commerce international a été un facteur clé du développement de l'industrie textile, mais le Vietnam bénéficiait déjà à l'origine de nombreux atouts : une main d'œuvre qualifiée et à bas coût, un environnement sociopolitique stable, des usines qui ont de l'expérience en matière de sous-traitance et un artisanat développé.

Il faut souligner que l'industrie textile vietnamienne fait bien plus qu'attirer les acheteurs des grandes marques occidentales, elle les détourne de la Chine... Bien que cette dernière reste le premier producteur de textile, son rôle «d'atelier du monde» est de plus en plus contesté, ce qui bénéficie aux pays d'Asie du Sud Est, plus particulièrement au Vietnam. Autre atout : en plus de bénéficier d'une main-d'œuvre abondante et à bas coût, au même titre que ses voisins, le Vietnam cherche à se différencier en mettant en place un vrai dialogue social.

Le gouvernement a compris qu'un coût du travail faible ne suffisait pas pour attirer les acheteurs en recherche de nouvelles destinations de sourcing. Les marques occidentales étant désormais très attentives aux conditions de travail de leur fournisseur, les entreprises vietnamiennes font en sorte de créer un bon environnement du travail pour attirer les acheteurs internationaux et être plus compétitives que leurs concurrents. Jusqu'ici, les entreprises textiles du Vietnam font principalement de la «CMT» (coupe, couture et finition), c'est-à-dire pas de textiles techniques ni de tissus ou d'accessoires. Mais elles se modernisent peu à peu et intègrent des procédés permettant la confection de vêtements plus complexes et techniques.

Les faiblesses auxquelles il faut remédier

L'industrie auxiliaire peu développée, le manque de ressources humaines de qualité, les coûts de production élevés... sont aussi des faiblesses. L'industrie textile du Vietnam est en concurrence féroce avec d'autres pays, non seulement sur la qualité, les prix, les délais de livraison, mais aussi sur les conditions de protection de l'environnement demandées par les clients. Afin de renforcer leur compétitivité, les entreprises nationales seront obligées de se concentrer sur les quatre valeurs fondamentales que sont productivité, qualité, économie d'énergie et protection de l'environnement.

À présent, seules quelques-unes participent à la chaîne d'approvisionnement mondiale, avec des parts de marché modestes. Devant la tendance à l'intégration mondiale, les entreprises vietnamiennes doivent la rejoindre avec des exigences de qualité, de prix et de délai de livraison. D'autres difficultés s'expliquent par les mauvaises orientations du secteur, qui entravent un développement à long terme des entreprises locales. La pénurie de ressources humaines de haute qualité, l'accès difficile aux capitaux, les faiblesses dans le marketing, les technologies arriérées, les coûts élevés des matières premières... pèsent également sur le secteur.

Malgré un contexte économique mondial difficile ces dernières années, le Vietnam n'a

cessé de s'étendre sur les plus grands marchés mondiaux et ce phénomène devrait encore s'accroître. En effet, derrière la récente popularité du Vietnam en tant que destination de sourcing, se cache un intérêt croissant pour l'accord de libre-échange Vietnam – Union européenne (EVFTA) qui va être conclu en 2018. Cet accord bénéficiera à la fois aux pays importateurs qui pourront importer leurs produits du Vietnam sans qu'ils ne soient taxés, et au Vietnam qui verra donc ses exportations progresser notablement en volume comme en valeur.



Le Vietnam se cache un intérêt croissant pour l'accord de libre-échange Vietnam – UE qui devrait être conclu en 2018. Photo : Danh Lam/VNA/CVN

Pour mieux profiter des accords de libre-échange

Les experts jugent que c'est le secteur du textile-habillement qui bénéficiera le plus des accords de libre-échange. La majorité des produits textiles vietnamiens seront exemptés de droits de douane, ce qui n'est pas négligeable lorsqu'on sait qu'ils subissent aujourd'hui une taxe douanière de 12% en UE. Cela donne des raisons supplémentaires aux pays importateurs de produits textiles de se tourner vers le Vietnam pour leur sourcing. De plus, avec une main-d'œuvre moins coûteuse qu'en Chine et des tarifs douaniers avantageux, les transferts de la Chine vers le Vietnam devraient se poursuivre, et même s'accroître.

L'accord de libre-échange entre l'UE et le Vietnam encouragera fortement les marques européennes à se mettre au « Made in Vietnam ». Toutefois, cet accord ne se fera pas sans quelques sacrifices de la part du Vietnam.

En effet, il est soumis à la règle d'origine. Ainsi, les entreprises exportatrices seront dispensées de toute taxe sous réserve de justifier que les matières premières proviennent du Vietnam ou de l'un des pays signataires de l'accord. Cela deviendra

problématique pour le Vietnam s'il continue d'importer la plupart de ses matières premières de Chine.

Quoi qu'il en soit, avec la signature de cet accord, le Vietnam devient le seul pays en développement à faire à la fois partie de l'ASEAN et du Système de préférences généralisées de l'UE. Les accords ne font que renforcer les nombreux avantages du sourcing vietnamien pour les marques de prêt-à-porter des pays signataires.

Thê Linh/CVN