

Sommaire / Summary

	Bangladesh : apparel prices fall 1.61 % in 4 years	1
	Cambodia : GMAC chair questions EU in Brussels over EBA withdrawal	4
	Cambodia : MoU inked with GIZ to improve garment sustainability	7
	China : Tex-Summit focuses on China's textile industry development	9
	Chinese manufacturers returning home from « inefficient » Vietnam	14
	France : drame du Rana Plaza : quelles entreprises ont tiré les leçons ?	18
	France : les dégâts de la fast-fashion	22
	France : la French Tex recrute et le fait savoir	25
	France : la mode s'engage pour une démarche plus responsable	28
	France : la seconde main, grande traîtresse de l'industrie de la mode	30
	France : Lectra : plate-forme pour intégrer les processus de l'idée au point de vente	34
	France : IFM- Sylvie Ebel, l'énergie de la fusion	36
	France : Lectra – 2 solutions pionnières de l'industrie 4.0 pour l'ameublement	37
	France : Vivarte passe aux mains de ses créanciers	39
	Maroc : salaires en hausse mais la productivité ne suit pas	41
	Maroc : Tanger Med devient le premier port de la Méditerranée	44
	Maroc : un plan de compétences pour accompagner les écosystèmes textiles	47
	Pays arabes : la dématérialisation étendue aux pays arabes dès aujourd'hui	49
	Pérou : la laine d'alpaga, fer de lance de l'industrie textile péruvienne	50
	Suède : H&M tente de rattraper son retard sur Inditex	53
	Suède : la Fashion Week annulée pour dénoncer la pollution textile	56
	Tunisie : une délégation d'industriels textiles en mission de prospection en Espagne	60
	Tunisie : convention de partenariat entre l'industrie textile et Tunisia Jobs (USAID)	62
	Turquie : concurrence déloyale	67
	USA : Walmart prévoit plus d'un milliard \$ de pertes pour son e-commerce en 2019	69
	Vietnam : accelerating exports of garment & textile products to the EU market	72
	Vietnam : cinq recommandations du Vietnam au Conseil américain du coton	77
	Vietnam : comment le Vietnam profite du conflit commercial sino-américain	79
	Vietnam : grand gagnant de la guerre commerciale entre Donald Trump et la Chine	81
	Vietnam et Taïwan disposent d'un énorme potentiel de coopération industrielle	83
	Vietnam : l'EVFTA encourage les investissements textiles	85
	Vietnam : la 4 ^{ème} révolution industrielle : opportunités et défis pour le secteur textile	87
	Vietnam : le CPTPP aide le textile à développer l'industrie auxiliaire	89
	Vietnam : Nike supplier pivots away from Vietnam after exiting China	95
	World : Lectra launches platform to integrate processes from ideation to point of sale	98

Apparel prices fall 1.61pc in 4yrs



Refayet Ullah Mirdha

Prices of garment items exported from Bangladesh dipped by 1.61 percent over the last four years, a reflection of the pressure international clothing retailers and brands always put on the garment manufacturers for lowering prices.

If the period between fiscal 2015-16 and 2018-19 are taken into consideration, price per unit of garment items increased only last year by 1.42 percent, according to data from Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA).

Per unit prices fell 2.12 percent in fiscal 2016-17 compared to the previous year and it experienced another fall of 4.07 percent in fiscal 2017-18.

In fiscal 2018-19, Bangladesh exported 2,430.12 million kilogrammes (kgs) of garment items, registering a 10.43 percent year-on-year growth, states data of the National Board of Revenue (NBR) compiled by the BGMEA.

In fiscal 2017-18, Bangladesh exported 2,200.51 million kgs of apparel, registering a 12.41 percent year-on-year growth, the data said, adding that in fiscal 2016-17 some 1,957.53 million kgs of garment items were shipped from the country.

In terms of value, Bangladesh—the second largest garment exporter after China—received \$34.13 billion from apparel shipments in the immediate past fiscal year, posting an 11.49 percent year-on-year growth.

“Bangladeshi garment exporters have been receiving some of the lowest prices in the world, whereas we have been spending millions of US dollars for strengthening workplace safety and for better compliance,” said Sharif Zahir, managing director of Ananta Group.

“Although the cost of production has been increasing every year, the retailers and brands are not increasing the prices for per unit of garment items they purchase from Bangladesh,” he said.

Moreover, there are some faults in the whole supply chain of the garment business, said the chief of the garment group, which exported over \$300 million worth of goods last year.

For instance, a pair of denim jeans purchased at \$6 from a factory here is sold for \$30 to \$35 in stores in the western world, said Zahir.

“We need to improve the efficiency level of workers and mid-level management. We need to improve the negotiation skills with the buyers,” he said, adding that the buyers should also come forward to cooperate in making better price offerings. Bangladesh’s garment manufacturers and exporters have not been getting proper prices as they do not deal with buyers directly, industry insiders said.

Most of the businesses are dealt through third party vendors, which take away a major portion of the profit from the supply chain, they add.

So the profit is shared in many layers in the whole supply chain and finally the downward pressure falls on the garment manufacturers due to their poor negotiation skills, they said.

In recent years, the garment manufacturers have spent big amounts of money to strengthen workplace safety and ensure better compliance as per the recommendations of foreign inspection agencies, including Accord and Alliance.

However, the retailers and brands which sponsored Accord and Alliance did not recommend increasing the price level of per unit garment item, some factory owners said.

So far, some 2,000 garment factories have spent \$5 lakh on an average each for factory remediation as per the recommendations of the Accord and Alliance, said Rubana Huq, president of the BGMEA.

However, prices were not increased and in some cases even the prices have been lowered, she said.

Many owners have even been running their units accepting prices lower than production costs hoping to just stay afloat and pay the workers as they cannot make profit, she said on different occasions over the last few months.

Amidst constant pressure from the buyers to lower price, some 30 factories have been shut down in the last two months, Huq told The Daily Star over WhatsApp.

“Some 1,209 factories closed down in six years. We are making huge losses. Prices are dipping. Products are not improving,” she said. “Value addition literally insignificant. Has remediation given us nothing except businesses to remain here? Is continuity of business more important than sustainability?” she asked.

“Business model is set by individual businesses. But a common thread should be doing business with an ethical angle,” she added.

GMAC chair questions EU in Brussels over EBA withdrawal

[Niem Chheng](#) | Publication date 11 July 2019 | 09:34 ICT



Garment workers in a Phnom Penh factory. Post pix

The chairman of the Garment Manufacturers Association in Cambodia (GMAC) said that in Brussels on Wednesday, it questioned the EU's grounds for launching the "Everything But Arms" (EBA) agreement withdrawal process.

GMAC had also presented information about Cambodia to the EU Commissioner in the Belgian capital.

With Vietnam having recently signed a Free Trade Agreement with the EU, one analyst said he believed the EU cared more about economic gain than human rights. Another said Cambodia was already prepared to lose EBA access.

"On Wednesday in Brussels, there was an open forum for public opinion and for representatives from every interested party to raise their concerns and discuss the Cambodian government's actions in regards to the suspension of access to EBA."

“GMAC is an interested party in this process. We made a presentation to the EU Commissioner. We asked on what grounds the process had been launched, and we submitted the facts to respond to any potential claims,” GMAC chairman Van Sou Ieng said.

The EU in February launched the official procedure that could lead to Cambodia’s access to EBA being suspended.

In June, an EU fact-finding team visited Cambodia and will produce a report on its findings in mid-August. The final decision on EBA will be made in February next year.

The EU said the June mission had looked at some of the major issues of concern in Cambodia, including the potential violation of political rights and the freedoms of expression and association.

Possible infringements of the right to organise and collective bargaining were also looked at, as was the dispossession of land due to economic land concessions, particularly in the sugar sector.

While Cambodia was on the way to possibly losing its access to the EBA agreement, its neighbour Vietnam signed a Free Trade Agreement with the EU on June 30.

The deal was described by EU Trade Commissioner Cecilia Malmstrom after its signing as “the most ambitious trade agreement the EU has signed with a developing country”.

The EU said human rights improvements had been attached to the deal with Vietnam.

However, analysts have said they believe economic gain was the end goal of the agreement.

Kin Phea, the director of the International Relations Institute at the Royal Academy of Cambodia, said revenue was the ultimate topic of discussion in trade. Therefore, the EU and Vietnam would do what they could to benefit their economies.

“It is a message to Cambodia that we must care about our national interests. The EU’s real concerns about human rights and democracy are something we don’t know, but they do care about economic gain,” he said.

He said politicians from the former opposition Cambodia National Rescue Party wanted to see EBA withdrawn, while the government had tried to keep access to it.

However, he said Cambodia could not exchange such agreements for its sovereignty so the government had opted to diversify trade by exporting products to markets outside the EU.

Bradley J Murg, Assistant Professor of Political Science and Asian Studies at Seattle Pacific University, said it was his view that the EU withdrawing EBA for Cambodia would be devastating for its reputation in having human rights consistently in its trade policy.

“I just don’t see how Brussels squares inking an enormous trade deal with China – a country engaged in cultural genocide against its Uighur population – and a more recent deal with Vietnam – which ranks lower than Cambodia in Freedom House scores – and maintaining any credibility with the contention that it is applying any sort of consistent set of standards.

“To a political economist such as myself, such an action reads as “the EU cares about human rights but only if the economic gains are not so large – noting the much larger European economic footprints and markets in China and Vietnam compared to Cambodia,” Murg said.

He said it was essential that the Cambodian government continued its already serious efforts in preserving EBA access in order to ensure strong continued economic growth.

Political analyst Lao Mong Hay said the government’s successive statements on EBA and its measures to cut production costs indicated it was prepared to accept the eventual withdrawal of access to the agreement.

MoU inked with GIZ to improve garment sustainability

[Long Kimmarita](#) | Publication date 10 July 2019 | 09:56 ICT



The Ministry of Labour and Vocational Training signed a memorandum of understanding (MoU) with Germany's international development organisation, the Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) yesterday. [Heng Chivoan](#)

The Ministry of Labour and Vocational Training on Tuesday signed a memorandum of understanding (MoU) with Germany's international development organisation, the Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ).

The MOU serves to implement the second phase of a multinational project aimed at improving the sustainability of the textile and garment sector.

Ministry secretary of state Mom Vannak and GIZ Country Director Günter Riethmacher inked the agreement on the Promoting Sustainability in the Textile and Garment Industry in Asia (Fabric) project at the latter's headquarters on Tuesday.

Minister of Labour and Vocational Training Ith Sam Heng witnessed the signing ceremony.

Implemented in Bangladesh, Cambodia, China, Myanmar and Pakistan since 2016, and Vietnam, which was just included this year, the project will be extended until March 31, 2021, and cost €6 million (\$6.7 million).

In Cambodia, the collaboration is focused on information and contact exchanges between state and private institutions within the textile and garment sector, with national and regional levels.

This is in order to strengthen compliance with sustainability standards “as stipulated in the Kingdom’s Labour Law and international conventions ratified by Cambodia”, the ministry said.

Through the project, the GIZ “provided the ministry with financial and technical assistance to make the inspection system in Cambodia more transparent, effective and credible”.

Moreover, “the ministry is [also] provided with aid to carry out actions in support of the strategic plan for gender mainstream in the labour and vocational training sector to promote gender equality and empower women who work in the textile and garment sector”.

Speaking to reporters after the signing, Nguy Rith, the ministry’s undersecretary of state, said the project would enable Cambodia to “exchange good experiences with and learn from other countries involved in the project in regard to the successful implementation of sustainable practices in the sector”.

Rith stressed: “We have obtained the achievements to the extent that work inspection groups, orders and manuals are established to solve conflicts for law enforcement participation.

“This successful project enabled GIZ to establish a second project to promote social standards in up to six countries.”

Since its inception in 2016 up to last year, he said the project had resulted in highly successful outcomes.

Similarly, Sam Heng lauded the project, saying that the assistance provided by GIZ has improved the effectiveness of the work inspection system and conditions in the textile and garment sector.

He noted that, so far this year, disputes in the industry had been solved more effectively.

“Through this [project], I believe our aim to strengthen the sustainability of the sector would be accomplished successfully,” Sam Heng said.

Tex-Summit focuses on China's textile industry development

12

Jul '19



This year's Tex-Summit Global forum interpreted the development trend of China's [textile](#) industry and related policies, global textile industry and machinery trade data. It also addressed problems and opportunities in development of global printing, dyeing and finishing industry, and carried out discussions to help the industry improve quality and efficiency.

The forum was held in Barcelona, Spain and sponsored by China National Textile and Apparel Council and the People's Government of Shaoxing, jointly organised by China Textile Magazine, Shaoxing Keqiao District People's Government, and the Management Committee of Shaoxing Keqiao Economic and Technological Development Zone, supported by the International Textile Manufacturers Federation (ITMF), Association of Italian Textile Machinery Manufacturers, Spanish Textile Machinery Manufactures, China Textile Machinery Association, China Dyeing and Printing Association, and The Sub-Council of Textile Industry, CCPIT.

Distinguished guests from China National Textile and Apparel Council, International Textile Manufactures Federation, European Committee of Textile Machinery Manufacturers, Shaoxing

City and Keqiao District People's Government, representatives of EU - China Industrial Park, China dyeing and printing enterprises, Association of Italian Textile Machinery Manufacturers (ACIMIT), Spanish Textile Machinery Manufactures - amec amtex, and Swiss Textile Machinery Association, as well as more than 200 CEOs and heads of textile machinery enterprises from Switzerland, Singapore, Italy, Spain, Germany, US, Argentina, Pakistan, South Africa, India, Bangladesh, the United Kingdom, Turkey, China, China Hong Kong, and other 30 countries and regions participated in the forum which was chaired by Zhao Hong, vice president of China Knitting Industry Association.

The year 2019 is the 70th anniversary of the founding of China. At the forum, Fritz P Mayer, president of the European Committee of Textile Machinery Manufacturers, Gao Yong, party secretary & secretary-general of China National Textile and Apparel Council, and Sheng Yuechun, mayor of the Shaoxing Municipal People's Government delivered speeches.

"The Tex-Summit Global with the theme, Sustainable Trends and Demand, is timely. Participants will be able to learn about China's textile industry development trends and policies, global textile industry outlook and insights into the challenges and opportunities in global dyeing, printing and finishing sectors. They will also be able to hear from leading experts on how intelligent technologies can contribute to a cleaner and greener textile industry," said Mayer.

In his speech, Yong interpreted the development status of China's textile industry and the new characteristics of China's textile industry. He pointed out that the main economic operation indicators of China's textile industry achieved positive growth in 2018, but the external environment became more severe in 2019. He emphasised that at present, there are many new features in the development of China's textile industry, mainly because enterprises are more interested in going global to build factories. 'Internet +' is changing the status quo of China's textile industry, and technological innovation is constantly injecting new impetus into the industry, 'green' sustainable development has gradually become mainstream.

Yuechun said in his speech that Barcelona has a strong economic strength and relatively developed industry, especially the world leader in automation and intelligent technology of textile machinery manufacturing. Keqiao Economic and Technological Development Zone in Shaoxing City has the largest green dyeing and printing manufacturing base in China, with an annual dyeing and printing capacity of more than 16 billion meters, a vast market and abundant resources. It has a strong complementarity and correlation with Barcelona's industrial economic development. He sincerely hopes that the two sides can seek common development and share the future, deepen cooperation between China and the West and achieve more fruitful results.

Dr. Christian Schindler, director general of International Textile Manufacturers Federation, delivered a keynote speech entitled 'Competition Drives Innovation in the Textile Industry'. He introduced what is the driving force of the current textile industry, which countries are investing,

and what are the expectations for future development. He emphasised competition-driven pricing strategy and technological innovation, and pointed out that China's competitiveness in the textile and apparel industry is still strong.

He presented various trade statistics that indicated the countries that are growing across the world. "Changing consumption patterns, growth in online retail, decrease in energy consumption and recycling, etc as the main drivers of this change," said Schindler.

"However, continuing political tensions in Turkey, elections in India and trade dispute in China have impacted the buyer sentiments," Schindler added. Suggesting, what to expect from future, he noted, "Investing in high technology, increasing productivity and depending less on human resource to balance the labour cost increase, increasing consumption of polyester fibre and polyester [filament](#) will reduce water consumption, chemical process, energy consumption, driving the industry to next level."

He also indicated based on the statistics, design development and manufacturing with new bio based fibres, digital printing, product development based on integration of supply chain and intelligent manufacturing with reducing cost, better automation, productivity, flexibility and quick market response are the trends that are being foreseen.

Chen Zhihua, president of China Dyeing and Printing Industry Association, delivered a keynote speech entitled "The endogenous power of sustainable development of dyeing and printing industry". He introduced and interpreted the three aspects of 'high-quality dyeing and printing product design and manufacture', 'intelligent manufacturing' and 'advanced technology of energy saving and emission reduction'. He emphasised that scientific and technological innovation is the most important driving force for the transformation, upgrading and sustainable development of the dyeing and printing industry.

Patrick Wong, China sales director of CHTC Fong's International Co, Ltd, gave a keynote speech entitled 'To meet the market need and trend on Complete Solution for Smart Dyeing and Finishing in Textile Industry', emphasising what CHTC Fong's has perceived and done in Chinese market. "In China market, it is not simply to run textile dyeing and finishing green when dealing with the policy of environmental issues. Our customers in China, under the circumstances, they have also to run their dye houses sustainable enough for global competition. Energy saving, less manpower, high efficiency and quality assurance etc., are the factors concerned. Besides, innovation of technology so as to deal with quick response in supply chain is required to meet the satisfaction of fashion brands. Running the dye houses smart is necessary."

According to Wong, in 2018, the total output of dyed and finished fabric in China is about 49 billion meters, yearly growth at 2.6 per cent. The total product value is up to more than \$40 billion, yearly growth at around 3 per cent. The profit of textile printing and dyeing industry sums up to \$2.25 billion, yearly growth at about 18 per cent. 8 major items of exported fabrics including

[cotton](#) dyed and finished fabric contribute total \$26.6 billion, growth at 6.65 per cent resulting in a total trade surplus of \$22.77 billion. These figures indicate that the demand of dyeing & finishing equipment in China is still enormous. The volume of textile industry in China remains strong and energetic. It is still standing in the leading position of the world.

He also introduced that CHTC Fong's is to set up a production base for manufacturing auxiliary devices for smart dyeing and finishing system in Keqiao, Shaoxing, China. "Shaoxing has become the center of finished fabrics in China meanwhile moving towards as the fabric world center of textile. We are confident our work put in Keqiao, Shaoxing will allow us to be more successful."

Gu Ren, president of Changzhou Hongda Technology (Group), introduced 'Leading Hawkvision artificial intelligence technology for the global textile industry'. He pointed out that the intelligent products of Changzhou Hongda Technology (Group) occupied the leading position in the domestic dyeing and printing industry market and technology, and the online detection system of dyeing and printing process parameters occupied more than 80 per cent of the domestic market, leading the technological progress in this field. Hawk Vision takes the world's leading on-line detection device and system of textile dyeing and printing process parameters as its core advantage, and uses the new generation of industrial Internet, big data, artificial intelligence technology to lead the textile dyeing and printing industry into a new era of development.

Li Chuanhai, president of Keqiao Dyeing and Printing Association, delivered a keynote speech entitled 'Sustainable development for a smart future'. He pointed out that the textile dyeing and printing industry must develop digitally and intelligently. Green development is the eternal theme. How to achieve new breakthroughs in textile dyeing and printing industry and how to achieve new breakthroughs in fashion creativity should be innovated forever.

Jürgen Ströhle, CTO of Benninger AG, also an official UNIDO expert for 'Environmental sound textile production', delivered a keynote speech entitled 'Sustainable textile finishing process', pointing out that market demands are permanently changing, and Benninger masters market changes since 160 years, for example, "Continuous Open Width is the most efficient way to save planet resources. Benninger high efficient washing can save 70 per cent water, and the CPB Dyeing is salt free dyeing at liquor ratio 1:1."

Adele Genoni, vice president and general manager of EFI Reggiani, delivered a keynote speech entitled 'EFI Reggiani Innovation Trendsetter'. She introduced that EFI Reggiani is blazing a path to the next level of the industry with their new products for the customers' benefit from such aspects as performance and productivity, reliability and low maintenance, cost effectiveness, full green process and new applications. EFI Reggiani is at the edge of technology in terms of continuous ink recirculation system, proprietary electronics and software, higher uniformity printing modes, new recirculation print head integration, and pigment with binder.

Genoni emphasised EFi Reggiani Bolt at ITMA 2019 which is mainly featured with unparalleled speed, no time lost for maintenance, superior coverage and printing uniformity, compact footprint, proprietary IP combining digital and rotary technologies for special effects and hybrid solutions, and competitive ROI thanks to high productivity and unmatched reliability.

Zhao Rulang, head of Keqiao District People's Government of Shaoxing City, comprehensively introduced the current situation and future development direction of Keqiao District of Shaoxing City with the theme of 'Charming Shaoxing, Silk Road in Keqiao'. Rulang said that Keqiao will make every effort to build a science and technology city with an area of 80 square kilometers, to become a gathering high-tech area of high-level talents; continuously improve traditional industries such as textile dyeing and printing, and introduce modern industries such as new materials and artificial intelligence.

Li Guogang, deputy secretary of the Party and labour committee of the Management Committee of Keqiao Economic and Technological Development Zone, Shaoxing, made a panoramic perspective of Shaoxing Technological Development Zone.

During the conference, Shaoxing Keqiao District People's Government signed strategic cooperation agreement with Association of Italian Textile Machinery Manufacturers (ACIMIT) and Spanish Textile Machinery Manufactures - amec amtex respectively.

In addition, enterprise representatives from Shaoxing Keqiao Economic and Technological Development Zone signed strategic cooperation agreements with investors from Europe: Wichelhaus GmbH & Co KG and Shaoxing Shumei Knitting Co, Ltd; LAWER SPA and Zhejiang Yingfeng Technology Co, Ltd. (PC)

Chinese manufacturers returning home from ‘inefficient’ Vietnam despite US trade war tariffs

- Rising costs of labour and land in Southeast Asian nation, as well as inability to find ‘efficient’ workers, forcing some firms to reconsider fleeing Donald Trump’s tariffs
- President Xi Jinping agreed a tariff truce with his US counterpart at the G20 summit in Osaka, but firms now exploring options in Thailand, Bangladesh and Myanmar



He Huifeng

Published: 7:45pm, 12 Jul, 2019

As the US trade war hastens the surge of factories moving out of China and into Vietnam, some Chinese manufacturers are urging their peers to think twice before relocating, with one footwear factory owner having abandoned a 5 million yuan (US\$728,000) factory in the Southeast Asian country after just one year.

Zhou Ping has run a footwear factory in Dongguan, a city in China’s manufacturing heartland of Guangdong, since the early-2000s. But in May 2017, Zhou and another factory owner took a two-year contract on a 1,200 square metre (12,916 sq ft) facility in Binh Duong province, just north of Ho Chi Minh City, with the intention of producing accessories for a US fashion brand.

“We thought it a very good idea at the time because, on the surface, Vietnam’s factory buildings and labour were much cheaper than Dongguan, and we saw more and more European and American customers placing orders in Vietnam. A large number of upstream factories had shifted there, so we set up four

production lines and hired 110 local workers. At that time, there was no trade war, and [the term] ‘made in Vietnam’ was still far from being hot,” he said.

In October 2018, however, Zhou cut his losses in Vietnam due to rising costs and “cultural issues”.

“The gap in worker efficiency between China and Vietnam is the biggest problem,” Zhou said. “Vietnamese workers do not work overtime at all and most of them are not skilled, resulting in low yield rates and frequently delayed delivery times. I think it takes a great deal of time and expense to train skilled workers in Vietnam. Chinese [small businesses] of our kind can’t afford this cost, both in terms of time and money.”

Zhou said he could also see how the increased demand for manufacturing space in Vietnam will cause the cost of land and labour to soar.

His partner maintained the factory, but is now trying to shut it down, cutting staff from 110 to 50. Wages, Zhou said, have risen from 1,260 yuan (US\$183) per month when the venture started to about 2,000 yuan (US\$291).

Another Dongguan shoemaker, John Wang, invested 7 million yuan (US\$1 million) in a Vietnamese facility in 2015, including purchasing land and factories in his Hanoi business partners’ names. Two years later, he stopped production and rented the factory to new arrivals.

Wang said he knows of six other footwear makers in Dongguan who have made the switch to Vietnam only to realise that it is not what they had expected, and who are now looking “to abandon the play”. A number of furniture and clothing factories also have similar experiences across the Pearl River Delta and Yangtze River Delta, two main manufacturing bases in China, according to local manufacturers and export traders.

“It is a big headache because foreigners actually cannot buy and own land,” Wang said. “I paid and invested in land, but it belongs to my Vietnamese friend, according to local law. It is a common and growing risk for small Chinese manufacturers.”

In recent years, costs have soared in China, compounded by US trade tariffs, while better educated, wealthier people in Guangdong are now less inclined to accept factory jobs than previous generations, resulting in labour shortages. The combination has seen many Chinese small manufacturers look to cheaper options overseas.

But the manufacturers complain that as well as not having China's famed production capacity and labour efficiency, in Vietnam, they cannot safeguard their asset investments and have to put up with increasingly strict environmental and social security requirements – the same complaints that many foreign businesses have about manufacturing in China.

“Ho Chi Minh City has now started seeing a serious labour shortage. This proves that my decision to quit was correct,” Zhou added.

A senior executive of a Taiwan-owned original equipment manufacturer, which is a company that produces parts and equipment that may be marketed by another manufacturer, said that it had relocated a large portion of its production from Guangdong to Ho Chi Minh City, but that it is finding it difficult to source and keep staff.

“Now more and more Chinese factories are pouring in, and it is very difficult to stabilise the workforce, because the Vietnamese workers have become quick to quit jobs due to the current booming employment market,” said the executive, who did not want to be named, adding that the situation will worsen as more companies move into Vietnam.

“The cost of labour will rise sharply. Transportation logistics still lag behind, and the cultural gap is also large, which is a big problem for Chinese managers in managing Vietnamese employees. Moreover, environmental and workers' rights protections are becoming stricter, leading many Chinese factories to get fined a lot. The ‘trial-and-error’ cost is getting higher and higher for new arrivals to Vietnam.”

Companies are now having to look to the more remote north of Vietnam for their second and third factories, seeking cheaper land and labour. In the south, it is now difficult to launch a single 1,000-person factory, according to Gao Jian, whose Vnocean Business Consulting Service have helped many Chinese enterprises move to more than 50 industrial estates in Vietnam.

Guangdong-based companies who have yet to face tariffs from the United States, but who are likely to do so in the future, are paying attention to the saturation in Vietnam.

After Chinese President Xi Jinping's meeting with US counterpart Donald Trump in Osaka at the end of June, the US postponed plans to roll-out tariffs of up to 25 per cent on most of the remaining Chinese imports not yet subject to levies, valued at US\$300 billion.

Many electronics goods, such as smart devices and smartphones, are included on the US\$300 billion of Chinese goods. The “truce” has bought these companies some time, but one Guangzhou-based exporter of light-emitting diodes – who wished not to be named – is under no illusions that the tariffs will not stay away forever.

“Now we feel that the situation is very serious, and everyone is looking for a way to find a place to move,” said the senior executive. “We are planning to move half of our production capacity, or about US\$50 million of sales volume yearly, in the near future.”

He added that it is “certain that manufacturing [investment] in Vietnam will continue to increase rapidly” and we are also looking at alternative destinations, such as a

Chinese-owned industrial parks

in southern Thailand, Bangladesh and Myanmar, although none of these locations offer a perfect solution for manufacturing.

Thailand is politically stable, but labour costs are relatively high, Bangladesh is known to many US buyers, but is relative uncharted territory for many Chinese manufacturers, while Myanmar is “an advantageous market for Chinese state-owned enterprises”, but faces sanctions from the European Union and the US due to human rights issues, added the senior executive.

Shoemaker Zhou said that since he returned to Guangdong, so many companies have left that the cost of factory space, land and labour is falling.

“The latest situation in Dongguan is telling you the true side effects of the relocation boom,” he said.

Drame du Rana Plaza : quelles entreprises ont tiré les leçons ?

Par [Lucie Lespinasse](#) — 26 juin 2019 à 20:16



Après l'effondrement du Rana Plaza, le 26 avril 2013. Photo Andrew Biraj. Reuters

En 2017, quatre ans après la catastrophe qui a fait plus de 1 000 morts au Bangladesh, la France a adopté une loi sur la responsabilité des sociétés. Dans un rapport, publié ce jeudi et consulté en exclusivité par «Libé», deux ONG vérifient si ce devoir de vigilance est respecté. Ce qui est loin d'être toujours le cas.

-
- Drame du Rana Plaza : quelles entreprises ont tiré les leçons ?
Les grandes entreprises françaises ou étrangères avec un siège social en France respectent-elles le « devoir de vigilance » ? C'est ce que cherche à établir un rapport des associations CCFD-Terre solidaire et Sherpa publié ce jeudi, et obtenu en exclusivité par *Libération*.

Tout remonte au 24 avril 2013, quand le Rana Plaza, un immeuble de huit étages, s'effondre au Bangladesh dans la banlieue de Dacca. Plus de 1 130 personnes y trouvent la mort ; 2 000 autres sont blessées. Une catastrophe qui reste, à ce jour, le pire accident de l'histoire industrielle du pays. Initialement construit pour accueillir des bureaux et un centre commercial, le bâtiment abritait alors cinq ateliers de confection pour des marques d'habillement internationales. Ces «*ateliers de misère*» - locaux en mauvais état, journées de travail trop longues, avec des salaires mensuels inférieurs à 30 euros - travaillaient pour plusieurs géants du textile occidentaux : Primark, Mango, Tex (Carrefour), Yves Dorsey...

Ces entreprises rejettent en bloc toute responsabilité, y compris le fait de travailler avec ces ateliers, bien que des étiquettes retrouvées sur les lieux prouvent le contraire. Une fois de plus, les dessous de l'industrie textile apparaissent sous une lumière crue, provoquant une émotion généralisée. A travers le monde, les politiques s'emparent du sujet et dénoncent ce que les associations pointaient du doigt depuis des années : les conditions de travail abusives imposées dans les pays en développement. Mais à l'époque, aucune entreprise occidentale n'a pu être poursuivie, car les sociétés mères ne sont pas, dans les diverses législations, responsables des agissements de leurs filiales.

Transparence

Finalement, du drame du Rana Plaza naît une prise de conscience. En France, le 6 novembre 2013, soit six mois après l'effondrement, une première version de proposition de loi est déposée à l'Assemblée nationale par des députés socialistes. Au bout de quatre ans de discussions législatives, le 27 mars 2017, la loi «*relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre*» est votée. Paris se targue alors d'adopter une loi inédite dans le monde.

Il est vrai que le texte se veut ambitieux. Sont concernées les entreprises dont le siège social se trouve en France, employant au moins 5 000 salariés - filiales comprises -, et les entreprises étrangères qui ont au moins 10 000 salariés - y compris dans les filiales directes ou indirectes - et dont un siège social est fixé sur le territoire français. Depuis 2017, ces sociétés sont tenues de publier, en toute transparence, un plan de vigilance dans leur rapport annuel, afin d'identifier les risques que représentent leurs activités pour les populations et pour l'environnement, en France et à l'étranger. Avec pour objectif d'empêcher de nouvelles catastrophes. Désormais, les entreprises sont donc responsables de l'activité de leurs sous-traitants et filiales et elles peuvent être poursuivies en justice.

Si le texte de loi est relativement clair, la réalité est tout autre. Et c'est ce que veulent montrer les ONG CCFD-Terre solidaire et Sherpa en publiant le «radar du devoir de vigilance». Un travail titanesque et d'autant plus indispensable que l'Etat n'a, à ce jour, jamais rendu public le nom des sociétés concernées. Au moment des débats législatifs, le Sénat annonçait un nombre compris entre 146 et 243, sans détailler. En mars, quand le rapporteur de la loi, Dominique Potier, a interpellé le gouvernement à ce sujet, la secrétaire d'Etat auprès du ministre de la Transition écologique et solidaire, Brune Poirson, a botté en touche : *«Je n'ai pas la liste à vous donner sur moi.»*

Afin de dresser une liste des entreprises qu'elles ont identifiées comme soumises à la loi, le CCFD et Sherpa ont, pendant plusieurs mois, étudié trois bases de données. Deux d'entre elles sont publiques - Infogreffe et Sirene -, la troisième, Orbis, est privée. Problème : *«Elles n'ont pas toutes les mêmes données. Seulement deux entreprises sont recensées dans les trois bases»*, explique Swann Bommier, chargé de plaider pour la régulation des entreprises multinationales au CCFD. Total, Picard Surgelé, Vinci, Carrefour... En tout, le «radar» recense 237 sociétés qui devraient être soumises à la loi. Le site internet associé au rapport - plan-vigilance.org - a une vocation participative et devrait évoluer, précise Lucie Chatelain, chargée de plaider globalisation et droits humains à Sherpa.

Manquements

Une fois les entreprises identifiées, les ONG vérifient si la loi a été bien appliquée. Le respect de la transparence des plans de vigilance, pourtant

élément clé du texte, est remis en cause par leurs recherches. *«Pour les sociétés mères, le plan est compris dans le rapport annuel. Mais pour les filiales françaises d'entreprises étrangères, c'est une autre question, puisqu'elles ne publient pas de rapports annuels»,* précise Swann Bommier.

D'après la loi, les citoyens doivent avoir accès rapidement et gratuitement aux informations relatives à la vigilance. Ce qui n'est pas le cas pour de nombreuses entreprises. De plus, les ONG ont compté 59 sociétés qui n'auraient a priori pas publié de plan de vigilance, comme KPMG, Boulanger, Altice France (qui détient *Libération*), ou encore Primark France. Mais ce manquement pourrait venir, d'après le Medef, de la difficile mise en œuvre de la loi pour les sociétés : *«Il est compliqué pour les entreprises d'identifier les risques et de s'assurer que chaque filiale, fournisseur ou sous-traitant, mette en place les plans. Le champ de la loi et les obligations sont flous»,* explique l'organisation patronale à *Libération*.

En mars, de nombreuses associations avaient dénoncé la mauvaise qualité de certains plans : rapports incomplets, actions non détaillées... Les critiques sont nombreuses. Pourtant, côté Medef, on estime, sans vouloir dédouaner les entreprises, que ces imperfections sont vouées à disparaître : *«Cette année, les premiers plans de vigilance sont publiés. Les rapports ne peuvent pas être totalement achevés. Vu l'étendue de la tâche et sa complexité, il n'est pas surprenant qu'il y ait des marges d'amélioration. Au fur et à mesure, ils vont gagner en précision, mais il faut du temps.»*

Tout en signalant au gouvernement les dysfonctionnements dans l'application de la loi, la liste du «radar du devoir de vigilance» devrait désormais permettre aux ONG et citoyens d'identifier plus facilement les entreprises concernées par la loi. Ils pourront aussi saisir la justice lorsque des manquements seront constatés, puisque depuis janvier, les sociétés françaises peuvent être poursuivies pour leurs actions. Lundi, des associations ont ainsi mis Total en demeure pour violations des droits humains dans un projet de construction de pipeline et de forage pétrolier en Ouganda.

[Lucie Lespinasse](#)

Les dégâts de la fast-fashion

L'industrie textile est l'une des plus polluantes au monde. La surconsommation de textile de moindre qualité a un impact écologique et social considérable. Quelles sont les solutions pour le consommateur ?



Qui n'a jamais été en la possession de vêtements abîmés, déchirés ou délavés après quelques utilisations seulement ?

Dans le domaine du textile, l'obsolescence vestimentaire se développe au détriment de la qualité. La Fast-fashion, qui a pour caractéristique de renouveler les collections et les vêtements en vente, à vitesse "grand V", a des conséquences écologiques et sociales considérables.

600 000 tonnes de vêtements mises en vente chaque année en France

En effet, la technique commerciale déployée par la Fast-Fashion consiste à adapter en très peu de temps la collection aux demandes du consommateur afin de vendre toujours plus, au détriment de la qualité. Les marques Zara et H & M, par exemple, changent leur arrivage toutes les deux semaines au lieu de toutes les saisons. Selon le dossier de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe), intitulé "Le revers de mon look", l'industrie textile est l'une des plus polluantes au monde. Elle représente 2 % des émissions de gaz à effet de serre. "C'est plus que les vols internationaux et le trafic maritime réunis" s'alarme l'Ademe.

La production mondiale de vêtements a doublé de 2000 à 2014, ce qui provoque des dégâts importants sur l'environnement : 600 000 tonnes de vêtements sont mises en vente chaque année en France. Pourtant, selon un sondage BVA de 2010, 114 € de vêtements dorment dans nos armoires (en moyenne). S'ils ne sont pas conservés, les vêtements partent à la poubelle sans pouvoir être recyclés pour 80 % d'entre eux.

De plus, les industriels utilisent de nombreux produits toxiques pour teinter les vêtements. Ces produits sont non seulement dangereux pour les ouvriers qui s'en servent mais également pour les personnes qui les portent, ainsi que pour l'environnement. En effet, lors du lavage, les produits déversés dans les nappes phréatiques bouleversent les écosystèmes et seraient à l'origine de 20 % de la pollution des eaux dans le monde.

Cependant, l'Institut français de la mode (IFM) souligne un recul de la consommation de textile et d'habillement de 2,9 %, fin 2018.

La consommation effrénée de textile s'essoufflerait-elle ? C'est en tout cas ce que pense le directeur de l'Observatoire économique de l'IFM, Gildas Minvielle, qui parle même d'une période de "déconsommation". Même si la baisse du pouvoir d'achat des Français explique en partie cette diminution de la consommation chez 60 % des Français, en revanche, c'est une prise de conscience écologique et éthique qui guide 40 % d'entre eux.

Quelles alternatives ?

Heureusement, les consommateurs ont le pouvoir de faire bouger les lignes ! Des alternatives slow-fashion permettent d'inverser la tendance. On assiste d'ailleurs à un véritable regain d'activité des friperies qui proposent du textile de seconde main. Il est ainsi possible d'acheter des vêtements de qualité et parfois vintage en

limitant l'impact environnemental et social, tout en payant moins cher et en dégotant des pièces uniques. EBS Le Relais Est, par exemple, récupère le textile usager et propose à la vente des vêtements de seconde main. En Alsace, la boutique Le Léopard à Strasbourg, Ding Fring Est, à Wittenheim et Label Fripe, à Vendenheim vendent des vêtements chics, à petits prix, issus de textiles récupérés.

L'association Emmaüs Défi réalise également du surcyclage ou upcycling (en anglais) et récupère des textiles inutilisés pour en faire des vêtements neufs. Aujourd'hui, moins de 1 % des tissus de nos vêtements sont recyclés alors que c'est une des solutions les moins polluantes et les plus durables pour se vêtir.

Autre alternative possible, choisir des matières plus nobles comme le lin, le chanvre, la laine ou encore le coton biologique. Certaines grandes marques classiques font des efforts sur une partie de leur collection comme "Go for Good" des Galeries Lafayette.

L'USINE NOUVELLE

[Textile made in France] La French Tex recrute et le fait savoir

PUBLIE LE 01/07/2019 À 14H00

MADE IN FRANCE Le textile français recrute et veut le faire savoir. Un site centralise toutes les offres d'emploi de la French Tex, quand une chaîne YouTube fait la promo des métiers du secteur, dans la mode mais aussi dans l'aéronautique, l'agriculture, les loisirs.



Textile médical, chez Gibaud.

Près de la moitié (45%) du chiffre d'affaires des industries textiles provient des textiles techniques, destinés à l'aéronautique, au secteur médical, aux sports et loisirs, à l'agriculture, aux bâtiments. *"Il faut lutter contre la mauvaise image de la filière textile, que trop de monde assimile à l'habillement, donc aux délocalisations"*, bataille Pierric

Chalvin, délégué général d'Unitex, l'organisation professionnelle du textile en Auvergne-Rhône-Alpes. *"Le textile est porté par la montée en puissance, depuis quelques années, des textiles techniques, notamment dans l'aéronautique, le médical et les équipements de protection individuelle, où la production est en forte hausse. Les besoins en main d'œuvre y sont donc élevés."* Dans l'habillement, qui pèse lui aussi 45% du marché, c'est la bonne santé du luxe qui tire le marché. L'ameublement occupe les 10% restants.

Marque commune

Les acteurs de la filière - entreprises, organismes de formation, organisations professionnelles, centres techniques - se sont dotés début 2019 d'une marque employeur commune, "French Tex", que tous peuvent utiliser, gratuitement, pour montrer leur dynamisme et leurs besoins en recrutements. Selon les calculs de la filière, 3 000 emplois seront à pourvoir annuellement dans les années à venir: deux tiers en production, un tiers dans les fonctions support. Il faut remplacer les nombreux départs à la retraite annoncés, alors que les entreprises sont restées longtemps sans recruter, mais aussi embaucher les nouvelles compétences nécessaires aux marchés émergents. *"L'inversion de tendance date de 2015, année où le textile a cessé de perdre des emplois. Depuis 2016, les recrutements s'amplifient et aujourd'hui on est au-delà de la tension, dans la pénurie."*

"Nos entreprises recrutent aujourd'hui des gens venus du médical, de l'électronique, du bâtiment. C'est nouveau", commente Pierric Chalvin. Qui souligne le *"croisement"*, de plus en plus fréquent entre des marchés jusque là imperméables. *"Les fabricants de toile de parapente se rapprochent des cabinets de style pour suivre les tendances, quand la mode s'intéresse à l'électronique et aux gestionnaires de bases de données pour le textile connecté."* L'habillement plus classique, lui, recrute surtout avec la méthode "par simulation" de Pôle emploi, qui permet de trouver des personnes agiles de leurs mains, venues d'autres secteurs.

Conditions d'accueil

Le site internet frenchtex.org présente les métiers et centralise les premières offres d'emploi déposées par les entreprises. Une chaîne

YouTube a été créée, où une dizaine de vidéos présentent les métiers, parfois originaux, du secteur. Des kits de communication ont été fournis aux conseillers d'orientation, conseillers emploi, organismes de formation... Les programmes des BTS, écoles d'ingénieurs, sont par ailleurs dépoussiérés par la profession.

Des actions mises en place dans le cadre de la signature d'un Programme investissement d'avenir, en 2016, par Unitex, sur le thème "formation professionnelle et emploi", afin de travailler l'attractivité du secteur. *"Nous créons un environnement favorable, mais les entreprises ont aussi leur propre responsabilité, reconnaît volontiers Pierric Chalvin. Elles doivent travailler leur image et leurs conditions d'accueil, dont la rémunération. Aujourd'hui, ce ne sont plus les entreprises qui choisissent les candidats, mais les candidats qui choisissent les entreprises."*



La mode s'engage pour une démarche plus responsable

JEAN-NOËL CAUSSIL |
Publié le 27/06/2019

L'Alliance du Commerce publie un guide des bonnes pratiques pour promouvoir une mode plus responsable.



L'Alliance du Commerce publie un guide des bonnes pratiques pour promouvoir une mode plus responsable.

Deuxième secteur le plus polluant du monde, derrière l'industrie pétrolière, la mode a trop longtemps négligé son rôle sociétal et environnemental. Une erreur en passe d'être aujourd'hui réparée. Les initiatives sont nombreuses de la part des enseignes, tant chez **H&M**, **Beaunoir**, **les Galeries Lafayette**, **Kiabi** ou **Gémo**, pour en rester à cette simple liste.

Aider à engager une démarche vertueuse

Elles manquent juste peut-être de « liant », et c'est ce cheval de bataille qu'entend se donner l'Alliance du Commerce, organisation professionnelle des marchés de l'équipement de la personne,

représentant 26.000 points de vente et quelque 180.000 salariés. Accompagnée par le cabinet **Deloitte**, elle publie **un guide des bonnes pratiques sur la mode responsable**. « L'idée est d'aider les entreprises à se transformer et de les accompagner dans cette démarche vertueuse », soutient Yohann Petiot, le directeur général de l'Alliance du Commerce.

Lever les freins

Ce guide détaille, pour chacune des six étapes du cycle de vie des produits, les bonnes pratiques à avoir en tête. Pour la première d'entre elles, concernant les matières premières, on apprend ainsi que le lin ou le chanvre peuvent être des « alternatives intéressantes » au coton, de même que le pinatex, fabriqué à partir de feuilles d'ananas, peut l'être au cuir animal. Les mêmes approches didactiques se retrouvent pour la production, le transport et la **logistique**, la commercialisation, l'utilisation et, enfin, la fin de vie.

« Il y a des freins technologiques, industriels, et psychologiques, avance Yohann Petiot. Il convient de les lever et de dédramatiser en indiquant le chemin à suivre. Notre volonté est de chercher à mettre l'ensemble de la filière en mouvement en permettant les échanges entre marques : que les plus avancées échangent avec les autres et qu'ainsi les choses évoluent. »

La seconde main, grande traîtresse de l'industrie de la mode

Grâce au Net, l'achat de vêtements d'occasion est devenu très simple. Le marché bouscule toutes les enseignes.

Par [Juliette Garnier](#) Publié le 02 juillet 2019 à 04h26 - Mis à jour le 02 juillet 2019



Vérification d'une robe avant sa vente en ligne, au centre logistique de la société « Vestiaire Collective », à Tourcoing (Nord), en décembre 2017. PHILIPPE HUGUEN / AFP

Courir après les promotions pour s'habiller ? Quelle idée *has been* ! Alors que les soldes d'été ont démarré le mercredi 26 juin, les commerçants se désespèrent des nouveaux comportements des Français, de plus en plus nombreux à se tourner vers l'achat d'occasion.

Des mois après l'avoir acheté, Alizée Vincent se souvient précisément du prix de ce pantalon noir « *100 % laine acheté sur Vinted* », l'application coqueluche des adeptes de la fripe sur smartphone. « *Huit euros. C'est un APC* », fait valoir cette Parisienne de 25 ans.

Alice Chicoisne s'est aussi convertie à l'achat de seconde main. La lycéenne de 17 ans fouille régulièrement dans les rayons de Guerrisol, chaîne de magasins de vêtements d'occasion situés à Paris, où elle croise « *des mères qui achètent pour leurs enfants* ». Les prix y « *sont rarement à plus de 5 euros* », rapporte celle qui revend aussi ses vêtements sur Vinted pour « *[se] faire un peu de sous* ».

En 2009, 47 % des Français disaient acheter des produits d'occasion, vêtements, voitures ou poussettes... « *Dix ans plus tard, ils sont 60 %* », observe Rémy Oudghiri, directeur général adjoint de Sociovision, filiale d'études sur la consommation du groupe IFOP.

« Arbitrages budgétaires »

L'habillement n'échappe pas au phénomène, assure Thomas Delattre, responsable d'études au sein de l'Institut français de la mode (IFM). En dix ans, la proportion d'acheteurs de vêtements de seconde main a doublé pour s'établir à 31 % des Français en 2018, selon l'IFM. Les ventes d'habits déjà portés pèsent plus de « *1 milliard d'euros de chiffre d'affaires* » par an. Et leur rythme de croissance serait « *supérieur à 10 %* », d'après Antoine Jouteau, directeur général du Boncoin, site de petites annonces.

Cette tendance contribue à saper le *business* de Zara, Kiabi et autres ténors de la *fast fashion*. Depuis 2007, le marché français de la mode a chuté de 14 %.

Pourquoi les Français fréquentent-ils les friperies, fouillent les vide-greniers ou scrollent les applis du Boncoin et de Vinted pour renouveler leur garde-robe ? C'est « *par nécessité* », tranche M. Oudghiri. La grande majorité des Français qui achètent des vêtements de seconde main ne le font ni par choix ni par engagement en faveur d'une économie circulaire censée réduire l'empreinte environnementale de la consommation, juge ce sociologue.

Cette vision serait bien « *trop bobo* », à l'en croire. La motivation « *green* » serait « *mineure* », admet aussi M. Delattre. Car n'en déplaisent à tous ceux qui présentent l'envol du marché de la seconde main comme un signal de l'éveil écologique des Français, le phénomène trouve sa source dans « *les fins de mois difficiles* », juge M. Oudghiri. La France, rappelle-t-il, est le pays où 56 % de la population fait chaque mois « *des arbitrages budgétaires* », contre 40 % il y a vingt-cinq ans. Dès lors, un ou une chef de famille habille, par exemple, ses enfants avec des vêtements d'occasion, comme il fait ses courses chez Lidl pour comprimer son budget alimentaire. Avec un objectif : dépenser peu pour les vêtir.

Une bataille sans merci

Le marché de l'occasion est néanmoins celui – aussi – des grands fans de mode. « *Celles qui s'habillent chez Zara et qui veulent s'offrir du Ba&sh* », explique Audrey Depraeter-Montacel, directrice exécutive mode du cabinet Accenture. Le Net est alors leur terrain de jeu favori pour dénicher les habits dont elles rêvent. Quitte à patienter jusqu'à ce que soit mise en vente d'occasion la pièce lancée dans une nouvelle collection.

« *Chez Sézane, j'ai repéré un pull pour l'hiver prochain. Je l'ai mis en favori sur Vinted* », explique Alizée Vincent. Car, les pièces vendues ainsi sont surtout des articles peu ou pas portés. Pour preuve : les mises en vente affluent au lendemain de Noël. Parmi elles figurent des cadeaux qui ont déçu.

A ce petit jeu de l'achat-revente, fabricants et distributeurs de mode gagnent des clients et... en perdent. Sur la Toile, trois acteurs – Vestiaire collective, Videdressing et Vinted – en ont fait leur fonds de commerce. « *Chacun occupe un créneau de prix* », fait observer Edouard Daudier de Cassini, directeur des investissements chez G Capital Partners, un fond d'investissement qui a été au capital de Videdressing. Vestiaire collective cible les fans qui, sur Instagram, rêvent de luxe ; le site créé en 2008 engrange 145 000 transactions par mois. Vinted, fondé en Lituanie, récolte, lui, les petits prix ; son application fait mouche auprès des jeunes et des chefs de famille. A mi-chemin figure Videdressing, dont « *l'activité a été multipliée par plus de 30 entre 2012 et 2018* », se rappelle M. Daudier de Cassini.

Ces trois plates-formes se livrent une bataille sans merci grâce à de l'argent frais. Le 20 juin, Vestiaire collective a révélé avoir levé 40 millions d'euros, notamment auprès de BPIFrance et d'Eurazeo Growth. Depuis sa création, en 2009, le site a levé 149 millions d'euros. Leboncoin (28 millions de visiteurs par mois) a racheté Videdressing fin 2018 pour mieux pénétrer ce marché de spécialistes et augmenter sa propre audience auprès des fans de mode. « *Ce n'est pas un métier trivial. Il exige des moyens* », note le directeur général du Boncoin, en annonçant des campagnes de publicité pour vanter les services de Videdressing et rentabiliser son activité. Il lui faut faire vite. Car d'autres débarquent dans l'Hexagone.

Un marché sans frontières

Le néerlandais United Wardrobe, site fondé par trois étudiants en 2014, est entré en France en 2018 ; il compte plus de 3 millions d'utilisateurs. La plate-forme américaine StockX – fin juin, elle a annoncé avoir levé 110 millions de dollars (97 millions d'euros) – est en approche. Le site qui vend des baskets très cher, des sacs et des montres, génère plus de 1 milliard de dollars de volume d'affaires. Josh Luber, son fondateur, annonce vouloir « [s] *installer à Berlin et Paris* », après Londres en 2018.

La puissance de feu des sites américains ThredUp et The RealReal est aussi redoutée. Le premier a levé 130 millions de dollars depuis sa création en 2009 ; le second a décroché 300 millions de dollars lors de son introduction en Bourse, le 28 juin. Bien que déficitaire, le modèle de The RealReal et ses 207 millions de dollars de ventes ont séduit Wall Street.

Grâce à ces nouveaux fonds, franchira-t-il l'Atlantique pour chasser sur les terres de Vestiaire collective ? Car, en ligne, l'e-commerce d'occasion est désormais sans frontières ; rien n'empêche un Japonais de se procurer des baskets Gucci auprès d'un résident français, ou inversement. C'est le leitmotiv de Vestiaire collective, déjà présent dans cinquante pays. Le site dont 80 % des transactions sont transfrontalières se lancera au Japon en 2020. Objectif : faire vendre les sur-consommateurs de luxe d'Asie aux clients européens moins argentés.

Cette mécanique infernale qui expédie un pull à des milliers de kilomètres dans les mains d'un acheteur devrait faire taire tous ceux qui vantent le moindre impact écologique de l'achat d'habillement de seconde main.

Les enseignes d'habillement se convertissent

Mais peu importe, aux yeux des investisseurs, le marché est prometteur. Aux Etats-Unis, les ventes de produits d'occasion devraient atteindre 64 milliards de dollars en 2028 et

dépasser les 44 milliards de dollars générés par les enseignes de *fast fashion*, assure une étude de GlobalData publiée par ThredUp en mars.

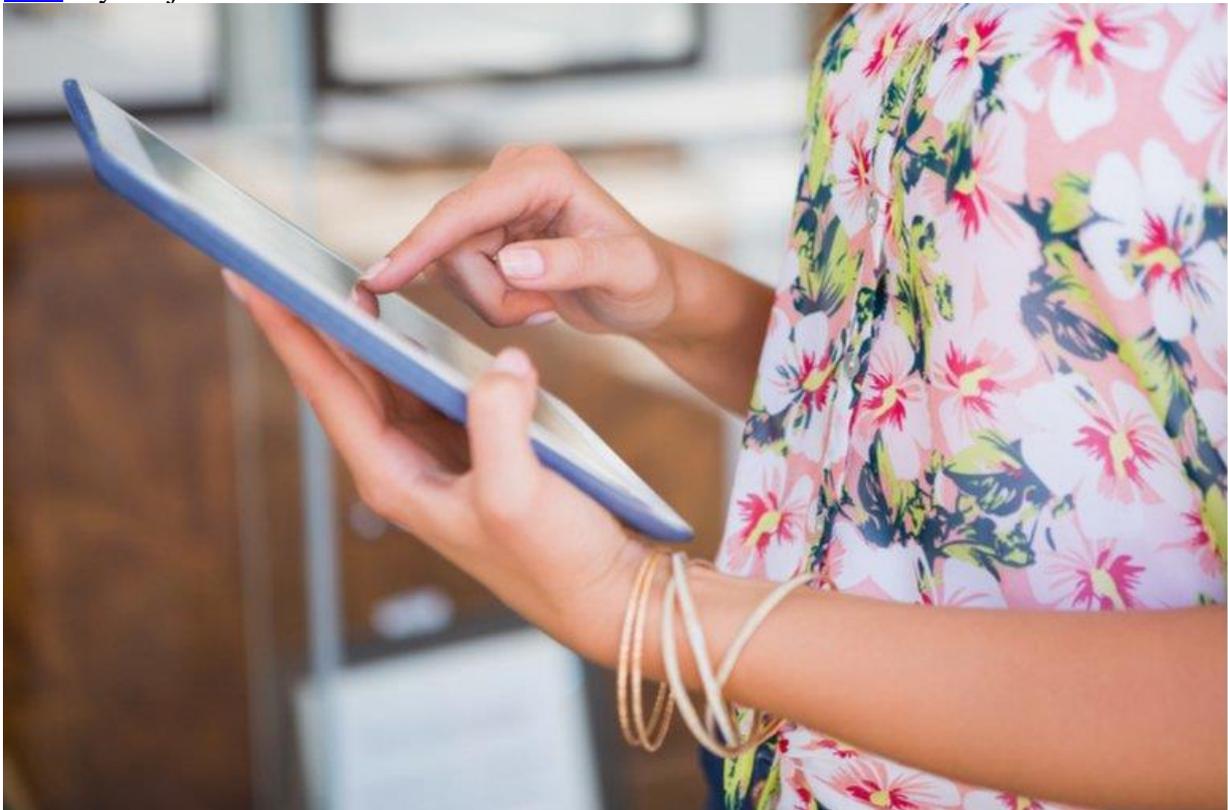
A tel point que les enseignes d'habillement et leurs fournisseurs s'y convertissent. En juin 2018, le groupe Richemont, qui détient Cartier, a mis la main sur Watchfinder, site de vente de montres de seconde main.

En France, Camaïeu teste la vente de produits d'occasion à retirer en magasin, pour créer du trafic dans ses points de vente. Kiabi dévoilera son service de seconde main en octobre. Et, depuis avril, les Galeries Lafayette déploient leur plate-forme Le Good Dressing en rémunérant en bons d'achat les vendeurs pour les faire revenir en magasin.

Juliette Garnier

Lectra lance une plate-forme pour intégrer les processus de l'idée au point de vente

[MIT](#) Il y a 2 jours 44 vues



Lectra a lancé Kubix Link, une plate-forme cloud intelligente et intuitive qui intègre tous les processus métiers, de la création au point de vente. Cette solution offre aux entreprises de mode une vue consolidée de toutes les informations relatives à chaque produit, indique l'entreprise.

Grâce à une interface Web standard et à des outils de communication inspirés des médias sociaux, les entreprises de mode peuvent travailler plus rapidement et plus intelligemment, en proposant des produits les plus vendus, puis en les commercialisant en un clic, tout en créant une expérience omnicanale pour leurs consommateurs.

Kubix Link a la capacité de transformer des données collectives en informations exploitables, selon Lectra. La solution, avec ses fonctionnalités PLM, PIM et DAM intégrées, peut intégrer un large éventail de systèmes informatiques, anciens et nouveaux, tels que ERP, CRM et WMS, et traiter des volumes énormes de données provenant de toutes les parties du marché. écosystème de la mode, en consolidant toutes les informations et en les présentant de manière efficace et structurée.

Kubix Link, avec son interface inspirée du Web, permet aux utilisateurs de naviguer et de rechercher facilement des informations sur les produits. En un coup d'œil, les responsables de la mode peuvent obtenir une vue d'ensemble, créer des rapports, communiquer et mettre à jour des informations en temps réel sur n'importe quel appareil. Cela leur permet de se concentrer sur des tâches à valeur ajoutée et de « libérer leur potentiel d'innovation ».

Newsbusiness

DIRECTRICE ADJOINTE DU NOUVEL INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE, ELLE VEUT ÉRIGER CETTE ÉCOLE EN LEADER MONDIAL DU SECTEUR.



SYLVIE EBEL L'énergie de la fusion

occupe plus que jamais une place essentielle dans l'économie et l'imaginaire collectif.

S'il faut remonter à l'origine ? Cadette après trois garçons, j'ai grandi dans une ambiance de bienveillance. Mes parents viennent de grandes fratries, au fort esprit de famille : en été, nous sommes presque deux cents, quatre générations réunies dans un hameau, au pied des falaises de Normandie. Il pleut souvent, la mer est froide, mais c'est chaleureux et reconstituant.

Le fil rouge de votre parcours ? Toute ma carrière s'est faite dans l'univers de la mode, bien que je n'aie jamais été une *fashion victim*. Je me voyais plutôt enseignante, passeuse de savoirs. J'ai intégré HEC en 1979. L'école venait tout juste de s'ouvrir aux femmes. En 1981, je suis entrée au Printemps en tant qu'acheteuse. Je me souviens d'avoir regretté qu'il n'existe pas de formation pour s'y préparer... Après dix ans et deux enfants, j'ai eu envie de davantage de sens. L'IFM, école pionnière, était en pleine construction, avec seulement quarante élèves. À 34 ans, je pensais y faire juste un passage. J'y suis toujours.

Des obstacles sur la route ?

Professionnellement, non. Mais j'ai dû faire face, au début des années 2000, à un cancer du sein très agressif. Ça change la perception de l'essentiel. Dans ces moments difficiles, continuer à travailler a été salutaire.

La main amie qui vous remet en forme ?

Le yoga. Nous avons d'ailleurs institué une séance hebdomadaire à l'Institut, et je m'efforce d'y être fidèle.

Votre définition de l'influence ? Agir

sur les gens, plutôt que sur le cours des choses. C'est dans cet esprit qu'en 2000, avec une poignée de diplômées, j'ai participé à la création du réseau HEC au féminin. ➔

BUSINESS MANTRA

« Rien ne surpasse le pouvoir de l'intelligence collective. »

Quelle heure de réveil ? 7 h 30.

Le pitch de votre poste ?

Copiloter la fusion

de deux écoles – l'IFM et l'École de la chambre syndicale de la couture parisienne –, ainsi que l'ouverture du nouveau campus en 2020, au sein de la Cité de la mode et du design. Ce travail, je l'ai mené aux côtés de Dominique Jacomet, auquel succédera en août Xavier Romatet.

Quels défis pour demain ? Faire du nouvel

Institut français de la mode la meilleure école au monde, avec des formations qui vont du CAP au doctorat, ainsi que des séminaires et des programmes courts, le renforcement de l'apprentissage et de l'alternance, de la recherche, des partenariats à l'international. Nous allons accueillir mille élèves par an, qui seront formés au management, à la création, au savoir-faire, avec une attention particulière portée aux enjeux futurs, notamment le développement durable et les nouvelles technologies. En pleine évolution, la mode

PAR MARIA GRAZIA MEDA / PHOTO LÉA CRESPI

LECTRA : Lectra lance deux solutions pionnières de l'Industrie 4.0 lors de son événement annuel consacré à l'ameublement

02/07/2019 | 17:51

Lectra lance deux solutions pionnières de l'Industrie 4.0 lors de son événement annuel consacré à l'ameublement

Les fabricants de meubles tournés vers l'avenir peuvent renforcer leur productivité et leurs capacités de personnalisation avec Furniture On Demand by Lectra et Versalis® 2019

Paris, le 2 juillet 2019 – Lectra renforce sa position de leader de l'Industrie 4.0 en dévoilant deux solutions visionnaires, Furniture On Demand by Lectra et Versalis® 2019, lors de son événement annuel consacré à l'ameublement, *Giving New Life to Furniture Manufacturing*.

Une cinquantaine de participants experts de l'industrie venus de 12 pays se sont réunis à l'*International Advanced Technology and Conference Center* (IATC) de Lectra à Bordeaux-Cestas pour réfléchir à l'évolution, aussi rapide que radicale, de l'industrie du meuble. En ouverture, le *Centre for Labor Studies* (CSIL) et Lectra ont mis en avant quatre tendances – la personnalisation, l'expérience client, le développement durable, l'évolution de la distribution – qui poussent les industriels de l'ameublement à se réinventer et à revoir leurs processus.

Au fil d'une journée et demie de démonstrations, présentations, ateliers et témoignages de clients, des experts de l'industrie ont expliqué qu'accélérer la transformation digitale et mettre en œuvre les principes de l'Industrie 4.0 vont permettre aux fabricants de meubles de répondre aux nouvelles attentes des consommateurs en leur proposant des produits originaux, conçus et fabriqués de façon optimale, vendus au juste prix et livrés le plus rapidement possible. Dévoilant en exclusivité son offre complète Furniture On Demand by Lectra, l'entreprise a démontré comment les fabricants de meubles personnalisés en tissu peuvent concrétiser leurs projets.

Furniture On Demand by Lectra désigne l'offre 4.0 de Lectra dédiée à l'ameublement. Elle se décline en un package de production à la demande (Made to Order) et un package de fabrication customisée (Made to Customize). Il s'agit de la toute première solution 4.0 complète, du traitement des commandes à la découpe, conçue pour l'industrie de meuble. Grâce à l'intelligence artificielle, à l'exploitation des données, à l'Internet industriel des objets et au cloud, cette offre

permet aux fabricants de meubles de gérer et d'optimiser la production de petites séries et de commandes personnalisées.

Arrivé un an après le lancement de la production à la demande, le package de fabrication customisée intègre encore plus d'automatisation et d'intelligence à Furniture On Demand by Lectra. Avec Made to Customize, les entreprises qui souhaitent élargir leur offre de personnalisation au-delà du simple choix de tissus peuvent automatiquement associer les modèles, les matières et les composants du produit directement à partir de la commande du consommateur final. Celle-ci est ensuite automatiquement transformée en ordre de coupe et transmise à la salle de coupe. Ce processus de découpe en un clic accélère la mise sur le marché tout en minimisant le risque d'erreur.

Le lancement de Versalis 2019, la solution digitale de découpe du cuir de dernière génération de Lectra, apporte, par ailleurs, aux fabricants de meubles en cuir des améliorations en termes de productivité, d'efficacité de placement et d'ergonomie, pour un meilleur rendement sur l'ensemble du cycle de production. De nouvelles interfaces de programmation d'application (API) renforcent l'intégration entre Versalis et l'ERP des fabricants pour permettre le transfert direct des ordres de coupe. Les entreprises gagnent également un meilleur accès aux données de production afin de mieux superviser la fabrication au moyen de précieux indicateurs clés de performance (KPI). Enfin, l'utilisation de la réalité augmentée aux étapes de digitalisation des peaux et de déchargement des pièces découpées améliore le confort et la performance de l'opérateur, maximise l'utilisation de matière et évite les erreurs de tri.

Versalis 2019 et le package Made to Order sont déjà disponibles, tandis que le package Made to Customize sera lancé dès septembre 2019.

« L'industrie de l'ameublement vit les prémices d'une ère riche en opportunités. L'Industrie 4.0 ouvre la voie à de multiples possibilités de création de valeur et de transformation. Quand le changement atteint une telle envergure, avoir le bon partenaire à ses côtés est essentiel. Les dernières solutions de Lectra réaffirment notre engagement à accompagner nos clients dans leur quête de l'Industrie 4.0 », déclare Céline Choussy, Directrice Marketing et Communication, Lectra.

A propos de Lectra

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

Contacts presse :

Lectra Headquarters / Press Department

Nathalie Fournier-Christol

t : +33 (0) 1 53 64 42 37

e : n.fournier-christol@lectra.com

Sous pression, Vivarte annonce qu'il passera aux mains de ses créanciers

Le groupe d'habillement, endetté à hauteur de 300 millions d'euros, n'est pas parvenu à honorer ses échéances de remboursement, fin mai.

Par [Juliette Garnier](#) Publié le 12 juillet 2019



Devant un magasin La Halle, à Paris, en septembre 2017. ERIC PIERMONT / AFP

A la veille du départ en vacances d'été, c'est un nouveau coup dur pour les 10 000 salariés de Vivarte. « *Fin septembre, le groupe ne sera pas en mesure de rembourser ses échéances de dette* », a prévenu Patrick Puy, vendredi 12 juillet, au lendemain d'une réunion à Londres avec ses actionnaires et créanciers, et peu avant une conférence téléphonique prévue avec les représentants du personnel du conglomérat d'enseignes et d'habillement.

Le groupe au 1,4 milliard d'euros de chiffre d'affaires n'est pas parvenu à honorer ses engagements envers ses créanciers, fin mai. Faute d'atteindre « *le ratio d'endettement sur Ebitda défini lors de la renégociation de sa dette en juin 2017* », à hauteur de 572 millions d'euros, Vivarte a alors brisé ses covenants (clauses de sauvegarde). La cession d'enseignes

pour un montant de l'ordre de 200 millions d'euros (dont André, Chevignon, Kookai, Pataugas et Naf-Naf) n'a pas suffi au groupe pour rembourser sa dette par anticipation. Elle s'élevait à 302 millions d'euros en septembre 2018.

Dès lors, les créanciers de Vivarte devraient faire valoir la fiducie, une procédure dont ils bénéficient compte tenu de l'inexécution des engagements du groupe détenu par leverage buy-out (opération de rachat par endettement) depuis 2004. Ce transfert de propriété au profit de fonds de dette devrait être enclenché fin août. Dans la foulée, une nouvelle gouvernance devrait être mise en place. Patrick Puy qui, en mars, a recruté Stéphane Roche, un ancien de chez Decathlon, au poste de directeur général pour le seconder, assure qu'il pourrait toutefois conserver son poste de PDG, fonction qu'il occupe depuis fin 2016.

Pénalisé par le mouvement des « gilets jaunes »

Le spécialiste des restructurations d'entreprise assure en substance que cette probable fiducie n'aura pas d'incidence sociale et serait une bonne chose pour l'équilibre financier de l'entreprise dont le résultat brut d'exploitation a atteint 50 millions d'euros sur le dernier exercice. La procédure permettrait au groupe de « *réduire sa dette à zéro* » et de pouvoir allouer ses résultats, comme il l'entend, pour « *investir dans la logistique et l'informatique* », notamment au profit de La Halle, sa principale enseigne, estime M. Puy. « *Le groupe serait alors à la tête de 150 millions d'euros de cash disponible* », précise-t-il.

Le transfert de propriété de Vivarte à ses créanciers demeure cependant le résultat d'un enchaînement de mauvaises nouvelles. A en croire M. Puy, le groupe qui détient les chaînes La Halle, Carol, Cosmo Paris, Minelli et San Marina est « *sur la corde raide* » depuis fin 2018, à la suite des manifestations des « gilets jaunes ». Le blocage de l'accès aux grandes zones commerciales où les magasins La Halle sont installés aurait affecté leur fréquentation en fin d'année et aurait coûté au groupe « *30 millions d'euros de chiffre d'affaires et 15 millions de résultat d'exploitation* », estime M. Puy. De plus, pour réduire le fardeau de sa dette, le groupe n'est pas parvenu à céder Minelli. Cinq mois après avoir entamé le processus de vente de l'enseigne de chaussures exploitée en centre-ville et en centres commerciaux, qui génère 125 millions d'euros de chiffre d'affaires et 8 millions d'euros de résultat d'exploitation, Vivarte dit y renoncer. La cession de San Marina et Cosmo Paris serait, elle, maintenue.



DIALOGUE SOCIAL: SALAIRES EN HAUSSE, MAIS LA PRODUCTIVITE NE SUIVRA PAS!

Par Nora le 01/07/2019 à 17h44

Le dialogue social négocié entre le gouvernement, la CGEM et les organisations syndicales coûtera 14,5 milliards de DH. Après la mise en œuvre de premières mesures en mai dernier, la hausse de 5 % du SMIG est actée dès ce 1er juillet. Une autre augmentation de 5 % est prévue en juillet 2020. Les personnes touchant le SMIG vont également bénéficier d'une allocation de 100 DH par enfant pour les trois premiers. La hausse des salaires concerne également les fonctionnaires. S'il a pour effet de stimuler la consommation des ménages, les hausses de salaire ne s'accompagnent pas d'une augmentation de la productivité, ce qui est pénalisant pour l'économie.



Le SMIG est passé depuis ce 1er juillet à 14,13 DH l'heure soit une augmentation de 5 %. Cette revalorisation fait partie du package

négocié lors du dialogue social. Une deuxième hausse de 5 % interviendra en juillet 2020. Cette disposition devrait donner un peu plus de pouvoir d'achat aux employés payés au salaire minimum. Ceux qui ont des enfants pourront en plus bénéficier d'une allocation familiale de 100 DH/mois par enfant pour les trois premiers. Les organisations syndicales militent pour une convergence du SMIG et du SMAG et pour une atténuation de la fiscalité sur les salaires. Les prélèvements sur salaire représentent 73 % du rendement de l'impôt sur le revenu (IR). La dernière réforme de l'IR remonte à 2010.

La hausse du SMIG est la bienvenue, sauf que rarement elle s'accompagne d'une augmentation de la productivité, ce qui pénalise les entreprises et la croissance. Le niveau minimum des salaires au Maroc est élevé par rapport à la productivité moyenne des travailleurs, ont relevé de nombreux rapports. Les hausses des coûts de production ne peuvent pas être totalement répercutées sur les prix de vente surtout dans les secteurs très sensibles au prix (produits bas de gamme). Cela dit, il y a un travail ces dernières années pour favoriser la montée en gamme de l'industrie.

Revalorisation des salaires des fonctionnaires

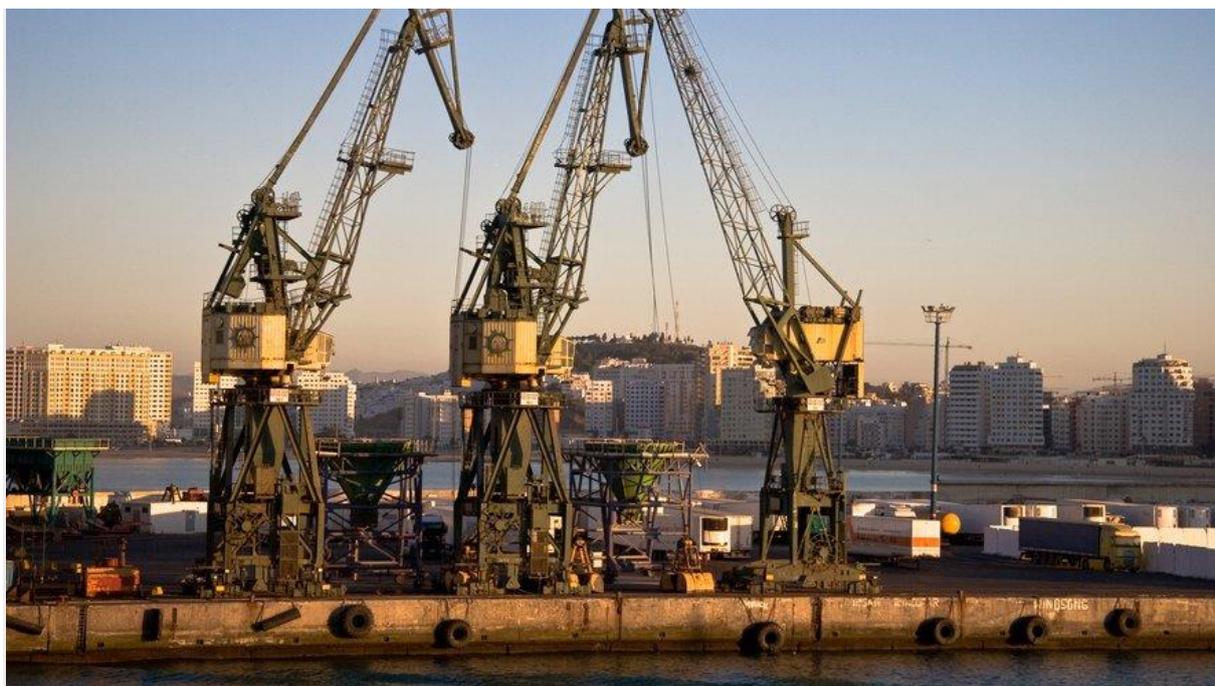
Parmi les engagements pris par l'État en avril dernier, il y a aussi la hausse des salaires dans la fonction publique. Une première augmentation de 200 DH est intervenue avant le 1er mai dernier. Pour les échelles 6 à 9, deux autres augmentations de 200 DH en janvier 2020 et 100 DH en janvier 2021 sont programmées. Les fonctionnaires à l'échelle 6 et au-delà de 10 auront 200 DH de plus sur les deux périodes. Le Maroc compte au total 900 000 fonctionnaires civils et militaires. La revalorisation des salaires pourrait stimuler la consommation des ménages. Il aura par ailleurs un coût pour le budget de l'État. Celui-ci peut être atténué par l'amélioration de la productivité et par la hausse des recettes liées à l'augmentation de la demande adressée aux entreprises.

La revalorisation des salaires dans la fonction publique et des allocations familiales va peser sur la masse salariale. En tenant compte des dépenses relatives à la retraite et à la prévoyance sociale, les charges du personnel de l'État s'établiraient à 141 milliards de DH en

2021, soit 38 % du budget général. Cette charge représente aussi 11 % du PIB. Le train de vie de l'État notamment la paie des fonctionnaires soulève de nombreuses critiques au regard de la qualité du service public. Cela dit, tous les fonctionnaires ne sont pas logés à la même enseigne.

Le coût global du dialogue social s'élève à 14,5 milliards de dirhams. Mais, plusieurs dossiers restent en suspens.

Tanger Med s'agrandit et devient "le premier port de Méditerranée"



La capacité du port est désormais portée de 3,47 à 9 millions de conteneurs EVP (Equivalent Vingt Pied, l'unité en vigueur), faisant de lui "le premier port de Méditerranée en capacité". megastocker/shutterstock.com

Publié le 28/06/2019 à 20:26

Transports

(AFP) - Plus grand port d'Afrique en volume de conteneurs, le complexe portuaire Tanger Med a officiellement ouvert vendredi deux nouveaux terminaux, faisant de lui "le premier port de Méditerranée", selon ses promoteurs.

L'extension baptisée Tanger Med 2, édifée sur la côte méditerranéenne à quelques encablures du détroit de Gibraltar et des côtes espagnoles, a été inaugurée vendredi par le jeune prince Moulay El Hassan, qui a représenté son père Mohammed VI entouré par une cohorte de ministres, de responsables politiques et de grands patrons.

Sa capacité est désormais portée de 3,47 à 9 millions de conteneurs EVP (Equivalent Vingt Pied, l'unité en vigueur), faisant de lui "le premier port de Méditerranée en capacité" et "un motif de fierté", s'est félicité Fouad Brini, président

de l'Agence spéciale Tanger Méditerranée (TMSA), en charge du développement du site.

"Le Maroc est aujourd'hui une grande nation maritime (...), nous serons bientôt dans le top 20 mondial", s'est réjoui le directeur de Tanger Med Rachid Houari, interrogé par l'AFP.

Les nouveaux terminaux représentent neuf ans de travaux titanesques et un investissement public de 1,3 milliard d'euros, auquel s'ajoute près d'1,3 milliard de dirhams injecté par des opérateurs privés, dont le concessionnaire néerlandais APM terminals pour son terminal flambant neuf, selon M. Houari.

- Emplois -

Opérationnel depuis 2007, le méga-port dessert 186 ports dans 77 pays avec 52,2 millions de tonnes manutentionnées en 2018. Son trafic pourra atteindre 120 millions de tonnes manutentionnées annuellement.

L'Afrique est son premier marché avec une part de 38%, suivi par l'Europe (27%), l'Asie (26%) et l'Amérique (9%).

Le parc industriel adossé au complexe portuaire, en zone franche, compte 900 entreprises -surtout automobile, mais aussi textile, électronique, aéronautique, logistique, agroalimentaire- et 70.000 employés pour un chiffre d'affaires de 5,5 milliards d'euros en 2017..

De nouveaux emplois seront "graduellement créés" sur Tanger Med 2, en plus des 6.000 emplois existants, ainsi que sur le parc industriel, selon les promoteurs du projet. "Notre vocation c'est de créer une compétitivité portuaire qui permet à l'industrie de créer des emplois", selon M. Houari.

Le groupe automobile Renault-Nissan, qui s'est doté en 2012 d'une immense usine en périphérie de Tanger, a exporté en 2017 plus de 300.000 voitures via le port. Il est l'un des principaux clients du port, aux côtés d'autres opérateurs dans l'agroalimentaire, le textile ou l'aéronautique.

Deuxième constructeur automobile à poser pied au Maroc avec une usine récemment inaugurée à Kenitra, dans une autre zone franche située à 200 km au sud, PSA (Peugeot, Citroën, DS, Opel, Vauxhall) exportera lui aussi via Tanger Med. Les véhicules seront transportés par voie ferroviaire jusqu'aux docks/aux porte-conteneurs.

- Essor économique -

Jour et nuit, des rondes de camions relient les quais du complexe portuaire, les entrepôts de stockage et les entreprises de la zone industrielle: l'an dernier, près de 327.000 poids-lourds ont transité par Tanger Med, via la bretelle d'autoroute qui contourne la ville située à une cinquantaine de kilomètres.

Le deux premiers terminaux du complexe étaient arrivés à saturation en 2014, avec un excédent de "plus de 15,7 % par rapport à la capacité nominale du port", selon la direction du port.

Pour convaincre des atouts de Tanger Med, le Maroc met en avant la proximité des marchés européens, les coûts compétitifs de sa main d'œuvre et les avantages fiscaux et douaniers liés aux zones franches.

Le projet a contribué à l'essor de Tanger, devenue le deuxième pôle économique du pays après Casablanca.

Tanger Med dispose en outre d'un terminal passager qui a accueilli en 2018 presque 3 millions de voyageurs, principalement des Marocains vivant de l'autre côté de la Méditerranée.

L'affluence suscite parfois d'interminables bouchons en période estivale avec de longues heures d'attente pour embarquer dans les ferries, et des critiques récurrentes sur la "mauvaise organisation".

Un plan de compétences pour accompagner les éco-systèmes

Saïd Naoumi, 14 juillet 2019 à 15:51



Le département de la Formation professionnelle projette de mener une étude sectorielle pour la définition des besoins en compétences du secteur textile-habillement. Ses résultats serviront de base à l'élaboration d'un plan de formation pour accompagner la profession dans l'opérationnalisation des écosystèmes lancés en 2015.

Le secrétariat d'État chargé de la Formation professionnelle s'engage à accompagner la croissance du textile et de l'habillement. Il projette de mener une étude d'identification des besoins en compétences de ce secteur pour contribuer à l'atteinte des objectifs de ses écosystèmes. La consultation, qui fait l'objet d'un appel d'offres, sera réalisée en deux phases : un atelier de gestion axé sur les résultats et une enquête sectorielle. L'atelier sera organisé afin que tous les acteurs concernés (professionnels et institutionnels) puissent appréhender les données et résultats attendus du projet. Quant à l'enquête sectorielle, elle s'intéressera au marché du travail, aux métiers et professions du secteur, avec une analyse de l'adéquation entre l'offre et la demande de formation.

Le processus devrait aboutir à un plan d'accompagnement du secteur en compétences. «Dans un contexte de besoin critique de création d'emplois au Maroc, le textile est l'un des

rare pourvoyeurs d'emplois pérennes en milieu urbain, tout comme l'agriculture l'est pour le monde rural. Le textile habillement joue un rôle majeur en tant que filet social dans un contexte de besoin critique de création d'emplois, d'autant que la demande textile locale affiche une croissance de 3 à 4% par an», explique la Formation professionnelle. Selon son analyse, eu égard au savoir-faire existant et à la sous-utilisation des capacités installées du secteur, la création d'emplois peut être très rapide sur l'ensemble du territoire et nécessiterait un faible niveau d'investissement : 15-20 emplois créés pour 1 million de dirhams investis contre 2-3 emplois pour les autres activités industrielles.

Rappelons que cette branche de l'industrie dispose dans le cadre du Plan d'accélération industrielle (PAI 2014-2020) d'une stratégie de développement qui repose sur le triptyque «un projet, des hommes et un environnement porteur». Celle-ci comprend un volet sur l'adéquation de la formation aux besoins du marché, et ce, à travers la mise en place d'une offre pour les 100.000 emplois futurs qui seront générés par cette branche à l'horizon 2020.

En dépit des désinvestissements, l'activité demeure promise à de belles perspectives de développement et pourrait reconquérir ses années de gloire grâce à l'opérationnalisation des écosystèmes lancés en 2015. Ces derniers portent sur des projets d'investissement pesant pas moins de 713 millions de dirhams. 6 projets parmi eux sont portés par des locomotives et 22 par des PME. Résultats attendus : la création de 11.951 emplois supplémentaires (12% de l'objectif Emploi fixé aux écosystèmes textiles d'ici 2020) et la réalisation d'un chiffre d'affaires additionnel de 2,3 milliards de dirhams. À l'export, le secteur devra engranger des revenus supplémentaires de 1,3 milliard de DH.

Rappelons que dans la logique des écosystèmes introduits par le PAI, les locomotives représentent des leaders industriels nationaux ou étrangers autour desquels s'organisent des PME et TPE dans une démarche d'inclusion avec des programmes ciblés de coopération. Les 6 locomotives porteuses de projets d'investissement opèrent dans les filières du fast-fashion (4), du Denim (1) et des distributeurs industriels de marques (1). S'agissant des PME, leurs activités se répartissent sur les métiers du fast-fashion (9), le Denim (1), la maille (5), le textile de maison (2) et le textile à usage technique (5). Globalement, les écosystèmes textiles doivent générer un chiffre d'affaires additionnel à l'export de 5 milliards de DH. Rappelons qu'à fin mai dernier, les exportations du secteur ont pesé pour 16,16 milliards de dirhams, en baisse de 0,9% sur un an.

Certificats d'origine

La dématérialisation étendue aux pays arabes dès aujourd'hui



LE MATIN 09 juillet 2019 à 16:54

La dématérialisation des demandes de certificats d'origine se poursuit. Elle est désormais étendue aux pays arabes. Cette extension, qui prend effet à compter de ce mercredi 10 juillet, concerne plusieurs accords.

Il s'agit, en premier lieu, de la convention de facilitation et de développement des échanges commerciaux entre les États arabes, instituant la grande Zone arabe de libre-échange et l'Accord d'Agadir liant le Maroc, la Tunisie, l'Égypte et la Jordanie.

Elle concerne aussi l'accord de libre-échange avec les Émirats arabes unis, la convention commerciale et tarifaire avec la Libye et celle signée avec la Mauritanie, ainsi que la Convention générale avec l'Arabie saoudite et l'accord commercial avec l'Irak.

La laine d'alpaga, fer de lance de l'industrie textile péruvienne

13/07/2019



Des femmes travaillent sur des vêtements en laine d'alpaga pour l'exportation dans un atelier à Arequipa, dans le sud du Pérou, le 8 avril 2019. L'industrie textile au Pérou est attachée à la laine d'alpaga, dont la production durable florissante génère des emplois. Photo de Cris BOURONCLE / AFP / Getty Images.

L'industrie textile, soumise dans le monde entier à l'implacable concurrence asiatique, parie au Pérou sur la laine d'alpagas, dont la production durable génère des emplois et de la valeur ajoutée.

Dans la ferme Pacamarca, située à 6 km de la ville de Lialli, non loin du lac Titicaca (sud-est), des centaines d'alpagas paissent dans des prairies d'altitude.

« Les alpagas sont l'un des rares animaux qui peuvent survivre à plus de 4.000 mètres et être rentables pour leurs éleveurs », explique le biologiste Alan Cruz, le directeur de la ferme, un centre de recherches du groupe textile Inca, dédié aux études génétiques des alpagas (Vicugna pacos).

Chaque animal de la ferme porte une étiquette à l'oreille qui permet aux chercheurs de consulter toute une base de données, notamment sur la laine produite. Dans un pays qui compte 4 millions de spécimens, soit 85% du cheptel mondial, le reste se trouvant en Bolivie et au Chili, ces recherches ont avant tout un but économique.

En effet, plus la fibre de la laine de l'alpaga est délicate, plus son prix est élevé, lui permettant de se positionner sur le marché haut de gamme à côté du cachemire d'Inde et du mohair d'Afrique du Sud, un des plus gros producteurs mondiaux.

La laine d'alpaga, un animal domestiqué il y a 6.000 ans par les anciens habitants des Andes, est ainsi devenue le fer de lance de la prospère industrie textile péruvienne (1,4 milliard de dollars d'exportations en 2018), en particulier à Arequipa, la deuxième ville du pays (sud-ouest).

Fondée en 1931, l'entreprise Michell est le leader de l'industrie lainière dans le pays, employant 2.500 employés dans ses diverses filiales. Mais le secteur compte aussi de petites et moyennes usines de filature et de confection, dont certaines se consacrent à la « *maquila* », c'est-à-dire à la fourniture de laine pour d'autres grands producteurs.

« *Le processus de lavage et de finition est la chose la plus importante dans l'alpaga* », explique Erika Muñoz, à la tête de Brisan, une petite usine de vêtements, où travaillent une douzaine de personnes. Une autre entreprise, Art Atlas, 500 employés, a connu une croissance vertigineuse. Petite entreprise de tricots à ses débuts il y a deux décennies, elle conçoit, fabrique et exporte maintenant des milliers de vêtements chaque année.

« *Il y a cinq ans, nous avons décidé de lancer notre propre marque, avec l'idée de générer notre propre activité en basse saison. Notre collection a été très bien accueillie sur le marché* », explique sa fondatrice, Jessica Rodriguez. Au total, le secteur emploie 250.000 familles qui vivent directement ou indirectement de l'alpaga, depuis les modestes pasteurs andins jusqu'aux grands industriels.

Les exportations de textiles en laine d'alpaga ne rivalisent pas avec celles des textiles en coton (744 millions de dollars en 2018, l'organisme chargé de promouvoir le pays), mais les prix sont plus élevés et elles progressent plus rapidement. En 2018, le Pérou a exporté pour 308 millions de dollars d'alpaga, soit 22% de plus qu'en 2017, selon l'association des industriels. Le prix du textile en alpaga était de 91 dollars/kilo en 2018, contre 44 dollars/kilo pour le coton péruvien.

Comme la vigogne, le lama et le guanaco, l'alpaga, dont il existe deux espèces le huacaya et le suri, a pour ancêtre le chameau. Chaque animal produit trois kilos de laine. La fibre la plus fine et coûteuse est baptisée « *baby alpaca* », même si elle ne vient pas spécifiquement des bébés alpagas.

Pendant des décennies, les fabricants péruviens ont privilégié la laine blanche, teinte par la suite. Mais la demande pour des coloris naturels, une trentaine, ne cesse de croître. La laine noire est plus rare, 60% des animaux étant blancs. Pour cette raison, la ferme Pacamarca a lancé un programme de « *récupération* » de l'alpaga noir, qui représente actuellement 10% du cheptel, explique Alan Cruz.

La laine d'alpaca a beau être un produit national, la demande de vêtements dans cette matière connue pour sa douceur et sa résistance, n'en demeure pas moins faible au Pérou. Et pour cause : un manteau de laine se vend environ 500 dollars, presque deux fois le salaire minimum mensuel (300 dollars.)

E.T avec AFP

H&M tente de rattraper son retard sur Inditex

27 juin 2019

Vue en plein écran



H&M met l'accent sur ses ventes en ligne et ouvrira moins de boutiques que prévu cette année.
©REUTERS

Les analystes privilégient l'action Inditex (Zara, Massimo Dutti) à celle de H&M. C'est pourtant tout le contraire qui s'est passé ce jeudi après l'annonce des résultats du groupe d'habillement H&M.

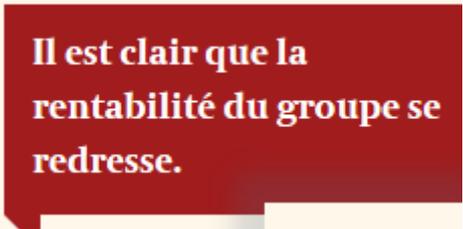
Que les investisseurs peuvent être contrariants ! Les analystes ont beau préférer l'action du spécialiste de l'habillement espagnol **Inditex** à celle de son concurrent suédois **Hennes & Mauritz (H&M)**, **la première sous-performe largement la seconde** ces derniers temps sur les marchés boursiers. A Madrid, Inditex limite à moins de 3% ses gains depuis le début de cette année, tandis que celle de H&M s'offre un gain un peu supérieur à 10%.

Cette apparente anomalie peut surprendre. Entre autres, parce qu'Inditex, le propriétaire de Zara et de Massimo Dutti notamment, arrive à faire progresser ses ventes. Il y a 15 jours tout juste, il avait annoncé une nouvelle hausse de 10% de ses profits nets pour son premier trimestre de cette année à 734 millions d'euros. En revanche, H&M, qui vient de boucler

le deuxième trimestre de son exercice 2019-2020, peine encore à les améliorer. Ils ont stagné à 4,5 milliards de SEK (426,6 millions d'euros).

Le numérique à la rescousse

Il est vrai que le groupe suédois revient de loin. **Sur le plan boursier**, son action accuse toujours une chute proche de 60% depuis son sommet historique atteint en mars 2015 (365 SEK) à la Bourse de Stockholm. Inditex, qui avait inscrit son dernier record deux ans plus tard (35 euros), n'a rétrogradé depuis "que" de 27%.



Il est clair que la rentabilité du groupe se redresse.

KARL-JOHAN PERSSON PDG DE H&M

Mais c'est surtout dans les détails communiqués jeudi en marge de la publication des résultats, qu'il faut aller chercher les raisons plus fondamentales du retour en grâce de son action auprès des investisseurs. Aux prises avec une érosion des ventes et de la rentabilité après avoir tardé à prendre le virage numérique, voilà que H&M semble enfin bien parti pour recueillir les fruits de ses efforts consentis lors des derniers trimestres pour adapter son offre. Et si ces fruits tardent à mieux ressortir de son bilan, c'est parce que **la rentabilité reste bridée par le coût de sa transition numérique.** "Mais il est clair, souligne H&M, qu'elle s'améliore." **Les ventes en ligne ont progressé de 20% en monnaies locales entre les mois de mars et de mai.** Face à cette belle performance, **H&M a décidé d'ouvrir moins de points de vente que prévu cette année (130 au lieu de 175).** Notons encore parmi les points qui ont satisfait les investisseurs, la belle progression des ventes en ce mois de juin. Elle est bien partie pour être supérieure à 10%.

Inditex face à des défis

Face à toutes ces nouvelles en provenance de H&M, **doit-on penser que la domination d'Inditex**, le numéro un du secteur de l'habillement en Europe pesant 82 milliards d'euros pour 26 milliards d'euros pour H&M, **est-elle remise en question ?** Ce serait aller assez vite en besogne de conclure de la sorte. Le groupe espagnol a des points forts que le suédois ne dispose pas. Comme le recours à une chaîne d'approvisionnement courte qui permet à Inditex de mieux gérer ses stocks. En les maîtrisant, Inditex n'est pas contraint d'effectuer des rabais. Ce qui n'est pas le cas chez H&M où les stocks représentent 18% de ses ventes.

Cela dit, des défis attendent Inditex.

Parmi les plus importants, l'éditorialiste du quotidien néerlandais De Telegraaf pointe la nécessité pour l'espagnol "*de **rester en avance sur la concurrence**, alors qu'un nombre croissant d'entreprises tentent d'imiter son succès*".

[Marc Collet](#),

Journaliste

Suède : la Fashion Week annulée pour dénoncer la pollution textile

10/07/2019

Par [Hélène Combis](#)

Stockholm renonce à sa Fashion Week pour envoyer un message fort sur l'urgence de mieux préserver la planète. Il faut dire que l'industrie du textile est la deuxième industrie la plus polluante, après celle du pétrole... sans parler de son coût humain. Décryptage des ravages de la "fast fashion".



Une Bangladaise travaille dans une usine de confection à Ashulia le 23 juin 2010• Crédits : MUNIR UZ ZAMAN - AFP - AFP

Elle devait se dérouler à Stockholm du 27 au 29 août, mais la Fashion Week suédoise n'aura pas lieu ! Le Conseil de la mode a décidé d'annuler l'événement pour dénoncer la pollution massive générée par l'industrie du textile, deuxième industrie la plus polluante du monde ; et ce à cause du

phénomène de la "fast fashion" (mode jetable) favorisé par la mondialisation économique.

En quinze ans, la production mondiale de vêtements a doublé. A l'heure où le réchauffement climatique commence à sérieusement à se faire sentir, elle engendre toujours 1,2 milliards de tonnes de CO2 par an et utilise 4% des ressources mondiales d'eau potable. Sans parler des conditions de travail derrière cette production textile gargantuesque, révélées notamment par la catastrophe du Rana Plaza au Bangladesh le 24 avril 2013, lorsque l'effondrement d'un immeuble abritant plusieurs ateliers de confection fit 1135 morts et 2000 blessés. Éclairages, à l'aide de quelques émissions de France Culture.

Aux origines du sous-traitement de la fabrication textile

Malgré tous les efforts de l'ancien ministre Arnaud Montebourg en 2012 pour promouvoir le "made in France", 70 % de la production vendue en France continue de venir d'Asie du sud-est. Pas moins de 140 milliards de vêtements sont produits dans le monde chaque année : un chiffre qui a quadruplé depuis 1980 ! Pour quelles raisons ? Dans l'émission ["De cause à effets, le magazine de l'environnement"](#), en avril 2019, Aurélie Luneau posait la question à la sociologue Majdouline Sbai, spécialisée en environnement et membre du collectif "Ethique sur l'étiquette" :

Dans les années 1990, des entreprises comme Nike décident de garder leur siège avec la création, le marketing et la communication dans un pays du Nord. Et ils choisissent de sous-traiter la fabrication dans un pays du Sud pour obtenir les meilleurs coûts de revient, et des produits moins chers qui sont réalisés plus rapidement. Ce mouvement est suivi par d'autres marques, d'autres enseignes, et dans le même temps la production mondiale de produits de mode et d'habillement explose, et c'est ce qui a construit cette industrie de la mode telle qu'elle est organisée aujourd'hui.

Dans les années 2000, cette compétitivité croissante s'accélère encore. Les marques ne jurent plus que par le renouvellement permanent de leurs collections, aussi appelé "fast fashion" :

Des entreprises comme Zara déclaraient il y a encore peu proposer 40 000 modèles par an, pour que les gens aient envie de revenir tout le temps au magasin. Et ensuite on active le levier du "discount" permanent, de la solde permanente, du rabais permanent. Tout cela a pour conséquence de créer une course folle pour les entreprises et les consommateurs, une saturation du marché, et finalement une perte de valeur de ce qu'est un vêtement.

Parce qu'un vêtement acheté à petit prix, produit dans des conditions que l'on connaît depuis le Rana Plaza, peut perdre toute valeur aux yeux du consommateur. Alors qu'un vêtement nécessite l'extraction de ressources naturelles, des phases de transformation nombreuses...

Du vêtement survalorisé, au vêtement jetable

D'après Dominique Cardon, directrice de recherche au CNRS, spécialiste de l'histoire et de l'archéologie du textile et de la teinture, ce phénomène a évidemment contribué à la perte de valeur du vêtement, pourtant quasiment sacralisé durant des siècles :

Au XVIIIe siècle, les cartes d'échantillon de couleur étaient envoyées deux fois par an, du Languedoc à Marseille, et de là jusqu'aux confins de l'empire Ottoman, donc il y avait ce souci de la mode, mais c'était déjà le début d'une évolution dont on voit les résultats catastrophiques à l'heure actuelle. Autrefois, le vêtement avait une telle valeur ! Quelqu'un qui portait un vêtement de pourpre affichait son statut social d'une manière qui était comprise par toutes les strates de la société. C'était même disproportionné dans l'autre sens, on va d'une place disproportionnée, folle - Pline lui-même parlait des folies de la pourpre - à une autre place complètement dévalorisée du vêtement.

Pesticides, gabegies d'eau, gaz à effet de serre... pour des vêtements très peu portés

25% des pesticides de la planète sont utilisés pour la simple culture du coton, soulignait Majdouline Sbai dans cette même émission, précisant également qu'en terme d'émissions de gaz à effet de serre, l'industrie textile pollue d'avantage que le transport international aérien et le transport maritime... réunis ! "Ensuite, si on prend la pollution sur les milieux naturels, l'ONG Greenpeace avait fait un rapport en 2012 qui montrait qu'il y avait cinq fois plus de métaux lourds dans les eaux de surface au Bangladesh que la moyenne, à cause de ces émissions de produits issus de l'industrie du textile, dans les milieux naturels", précisait-elle encore.

Quant à la quantité d'eau impressionnante qu'il faut utiliser pour fabriquer des vêtements, il est possible de s'en faire une idée grâce à quelques chiffres relevés par l'indicateur officiel, le [Water Footprint Network](#), et relayés [par Natura Sciences en 2018](#) :

L'association informe que l'empreinte d'eau moyenne de la fabrication de coton est de 10 000 litres par kilogramme. Ceci signifie qu'un tee-shirt de

250 grammes requiert environ 2 500 litres d'eau; un jean de 800 grammes nécessite 8 000 litres rien que pour l'irrigation !

En fait, cette industrie est la troisième consommatrice des eaux d'irrigation dans le monde, affirmait Majdouline Sbai : *"Les eaux d'irrigation, on en a besoin pour vivre ! Quand on consomme autant de ressources naturelles pour fabriquer des vêtements qui ensuite, sont vendus à très bas prix, pour la plupart d'entre eux, et jetés, sans parfois être porté puisqu'on a 30 à 50% de ce que nous avons dans notre placard que nous ne portons pas ou quasiment pas, et bien c'est un vaste gaspillage !"*

Quelle serait la solution alors ? Politiquement, il s'agirait de réinvestir localement dans la fabrication des vêtements, de redonner de la valeur au processus de fabrication et au savoir-faire, afin de revaloriser le textile. Repenser le recyclage aussi : moins de 1% des tissus de nos vêtements sont aujourd'hui recyclés, [indiquait Guillemette Franquet dans son "Magazine de la rédaction" du 13 février 2019.](#)

Et individuellement ? Scruter les étiquettes et essayer d'acheter responsable bien sûr, mais aussi, donner ses vêtements, et se rendre plus fréquemment chez le fripier du coin ?

Textile – Tunisie : une délégation d'industriels en mission de prospection en Espagne

Par **Hamza Marzouk** - 5 juillet 2019

Le Centre de promotion des exportations (Cepex) conduit actuellement une action d'envergure de networking et de contacts d'affaires dans le secteur textile et habillement en Espagne.

Dans un communiqué rendu public hier, 4 juillet, le Cepex a affirmé qu'il mène cette action en collaboration avec la **Fédération tunisienne du textile et de l'habillement (FTTH)**.

L'événement « Jordanas de Tunes Moda » se déroule à Barcelone et Madrid. Il réunit une quinzaine d'industriels tunisiens de l'habillement.

Les organisateurs ont donné le coup d'envoi de la cérémonie à Barcelone. 40 enseignes de mode espagnoles dont le célèbre groupe Inditex, un des leaders mondiaux du fashion. Ainsi plusieurs responsables espagnoles se sont livrés à un marathon de rencontres avec les industriels tunisiens.

Une sélection en amont des sociétés participantes a été opérée sur la base de leur capacité à s'adapter à la demande des enseignes espagnoles en termes de compétitivité, et le respect des délais de livraison et sécurité des approvisionnements. Pour ce faire, quatre filières ont été identifiées, en l'occurrence le prêt-à-porter, la lingerie et le balnéaire, le jean et sportswear en plus des accessoires de confection.

Le deuxième round madrilène a quant à lui réuni une trentaine d'enseignes espagnoles. Ces dernières souhaiteraient diversifier leur sourcing. Elles veulent, par ailleurs, établir de nouveaux partenariats industriels avec des sociétés de la rive sud de la Méditerranée.

En effet, la Tunisie ambitionne de réaliser deux objectifs majeurs. Le premier est glaner des parts de marché au profit de ses industriels. Le deuxième est conforter sa position de place de choix pour les activités de Sourcing textile.

Le Cepex affirme que l'Espagne est un marché de 46,7 millions de consommateurs. Il est le 5ème client de la Tunisie avec une valeur de 109 Millions d'euros. L'Espagne est également le 6ème fournisseur de la Tunisie.

En effet, les principaux fournisseurs de l'Espagne sont : la Chine, le Bangladesh, la Turquie, l'Indonésie, l'Inde, le Pakistan, le Maroc. Et la Tunisie avec une valeur de 88,8 Millions d'euros. Les principaux produits exportés vers l'Espagne en 2018 ont été les jeans, les vêtements de travail, les maillots de bain, les vêtements pour bébé et la lingerie femme.

Convention de partenariat entre l'industrie du textile et Tunisa Jobs

15 juillet 2019
Par : [Ali Abdessalem](#)

Le programme de compétitivité du secteur textile est entré en phase de réalisation. Il reçoit, en renfort, un partenariat d'appoint de la part de l'USAID via son programme Tunisia Jobs.



Dernièrement, Hosni Boufaden, président de la FTTH (Fédération tunisienne du textile/habillement), et Danilo Cruz de Paula, chef du programme Tunisia Jobs (Jobs, Opportunities and Business Success), ont signé une convention de partenariat.

La cérémonie s'est déroulée en présence de Slim Feriani, ministre de l'Industrie et des PME, ainsi que Samir Majoul, président de l'UTICA.

Cette convention apportera un concours précieux à la FTTH qui entame la réalisation de son programme de compétitivité signé avec le gouvernement en février 2019.

En effet, Tunisia Jobs soutiendra, à l'aide de mécanismes d'intervention déjà mis en place, les composantes principales du plan de compétitivité du textile tunisien.

Le Plan Textile 2019 – 2023

Pendant quelques années, le secteur était sinistré ayant beaucoup souffert de l'immobilisme économique du pays. Sous l'impulsion de la FTTH et avec la détermination du Conseil d'analyses économiques, le secteur a été déclaré de priorité nationale. Il siège désormais dans le Conseil national stratégique et, pour couronner le tout, un plan de redressement du secteur a été finalisé.

Ce plan quinquennal, de 2019 à 2023, s'articule autour d'un concept industriel crucial, celui de l'intégration verticale de la filière partant de la filature à la confection, en passant par le tissage.

Cependant, le plan prévoit aussi une composante sociale, et le secteur s'engage à recruter 10.000 travailleurs par an. Mais également une composante environnementale dont les composantes ont été adoptées par le secteur. Et financière. En effet, un Fonds d'investissement doté d'un capital de 100 millions de dinars tunisiens va être mis sur pied.

Le secteur a besoin d'investissements structurants pour les grandes entreprises. Et les PME du secteur, souvent sous-capitalisées, ont besoin, également, d'apports en fonds propres afin d'améliorer leur accès au crédit bancaire lesquels sont assortis d'une exigence de renforcement des fonds propres.

Mais la composante la plus ardue d'entre toutes et celle pour laquelle le secteur retrouve de l'allant et du mordant, c'est l'export. Cela semblait être le moteur du textile tunisien, et, rappelons-nous, de la percée du textile/habillement et notamment pour le Jeans.

Cette épopée doit retrouver du punch et le secteur est appelé à doubler ses exportations en passant de 2,4 milliards d'euros en 2018 à 4 milliards en 2023.

Les premières prémices commencent à apparaître, et le TH tunisien a grappillé quelques parts de marché sur un marché européen pourtant en baisse. C'est réconfortant, mais la profession regarde également en direction de l'Amérique où elle est freinée par les règles d'origine et des tarifs douaniers encore dissuasifs.

Pour rentrer en franchise sur le marché américain, le secteur doit réaliser 40% de sa valeur ajoutée sur le site national, ce qui est difficilement envisageable sans sourcing local important. Et de là, on comprend l'appel de Hosni Boufaden à renforcer l'intégration locale, notamment pour le Denim, composante essentielle pour la confection du Jeans.

Les apports de Tunisia Jobs

Dans cette effervescence ambiante du secteur, la convention de l'USAID arrive à point nommé. Tunisia Jobs interviendra au plan social, sociétal et financier. Le programme viendra aux entreprises les moins nanties en les aidant à s'aligner sur les critères de performance.

Il faut bien comprendre que le secteur s'est mis dans une perspective d'industrie 4.0 sous la pression de la concurrence internationale. Et en la matière, Tunisia Jobs possède des solutions toutes faites.

Pareil pour la dynamique d'inclusion sociale, Tunisia Jobs assistera, sur tous les volets de la gestion, les entreprises désireuses de s'implanter dans les

régions de l'intérieur du pays, de même qu'elle renforcera celles qui y sont déjà implantées et qui ont besoin d'un effort de mise à niveau.

La composante financière ne sera pas en reste. Un plan en joint-venture avec la Caisse des dépôts et consignation (CDC) est en préparation.

Rappelons que Tunisia Jobs est doté d'une enveloppe d'investissement de 60 millions de dollars US et cela représente un pactole, fort prometteur.

A ces conditions, l'apport de Tunisia Jobs aiderait le secteur à retrouver ses repères de performance et de compétitivité. Il est ainsi appelé à se refaire une santé et à basculer dans l'ère technologique 4.0 et de partir à la conquête de nouveaux marchés dont le Nouveau monde, et Hosni Boufaden nourrit de grands espoirs sur ce partenariat pour la conquête de l'Amérique, cet eldorado qui nous tourne le dos, à l'heure actuelle.

Un défi marketing

Hosni Boufaden se réjouit de motiver les professionnels du secteur pour cet appel du large. Il a doublé les opérateurs présents à première vision, le Salon parisien, l'un des plus importants d'Europe. Et cet appel du large va se poursuivre.

Nous considérons pour notre part que le secteur pourrait trouver des solutions plus incisives. Avec son fonds d'investissement, il peut envisager d'entrer dans le capital des sociétés de distribution. Un pays de la région a acheté un siège d'administrateur dans le tour de table d'une société de grande distribution ouvrant un boulevard à ses produits.

Par ailleurs, ce même fonds pourrait aider à l'implantation industrielle d'opérateurs tunisiens sur les marchés ciblés constituant des têtes de pont via lesquels on peut envisager des flux de sous-traitance. Cela peut bien se faire aux Etats-Unis, territoire ouvert aux IDE. C'est de notre point de vue un stratagème efficace pour contourner la règle d'origine.

Toutefois, nous sommes sceptiques sur les perspectives d'intégration de la filière. Hosni Boufaden et Hédi Djilani avant lui citent le cas de la Turquie qui a lancé des broches par millions pour se doter d'une industrie de filature et de tissage.

Ceci étant, nous croyons que la Tunisie pourrait manquer de masse critique en la matière. Nous évoquerons toutes ces questions lors d'un entretien avec Hosni Boufaden dans un entretien futur.

Ali Abdessalam

Turquie : Concurrence légale mais déloyale !

Publié le 12 juillet 2019 [Modifier l'article](#) | [Voir les stats](#)

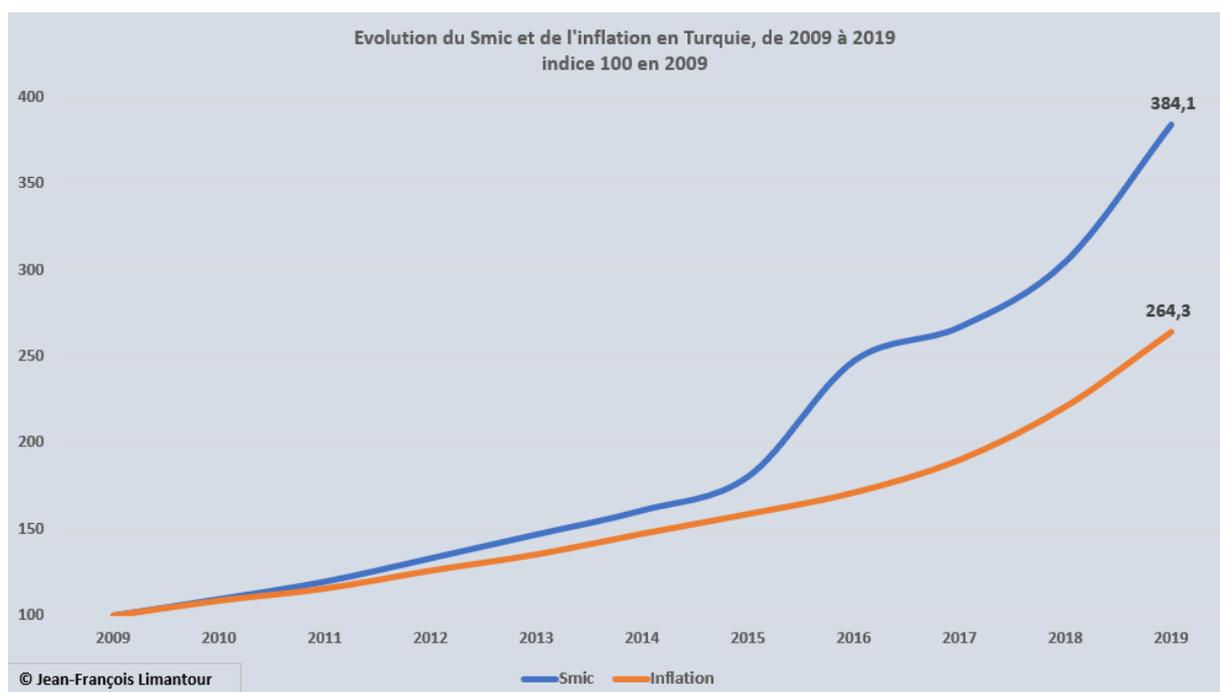


Jean-François Limantour
President of Evalliance

112 articles

Au cours de ces dix dernières années, le smic turc a augmenté de 284 %, soit un taux annuel moyen de 14,4 %. C'est beaucoup plus que l'inflation qui dans le même temps a progressé de 164 % (taux annuel moyen de croissance de 10,2 %).

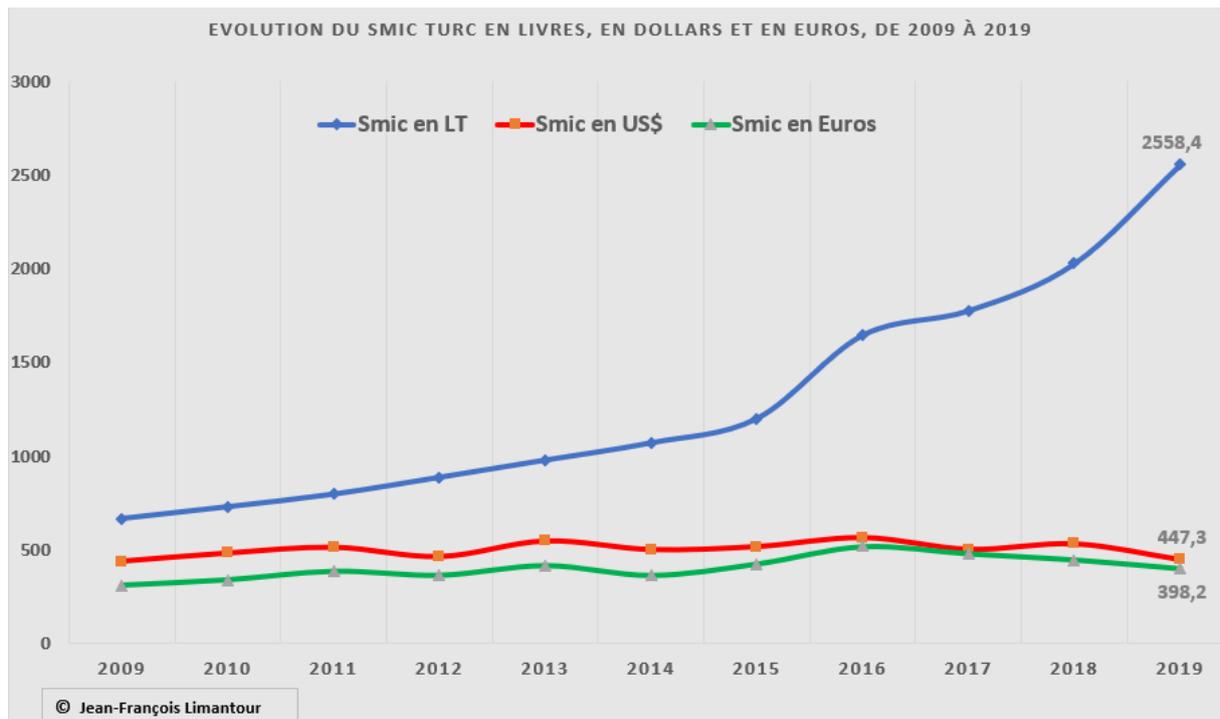
Au 1^{er} janvier 2019, le smic a encore progressé de 26 % en Turquie pour s'établir à 2558,4 Livres alors que le taux d'inflation annuel basé sur les cinq premiers mois culmine à 19,6 % !



Ce dérapage salarial, orchestré essentiellement pour des raisons de politique intérieure, aurait dû mettre les entreprises turques à genoux. Pourtant, il n'en est rien, et les exportations de la Turquie demeurent dynamiques et vivaces ; ainsi par exemple dans le secteur textile-habillement.

En vérité, la Turquie éponge ses augmentations de coûts salariaux grâce la dépréciation compétitive de sa monnaie !

Pour s'en convaincre, regardons ces graphiques :



Exprimé en monnaie nationale, le smic turc a progressé de 14,4 % l'an.

Convertie en euros, la progression annuelle du smic n'est plus que de + 2,6 % l'an : calculée en dollars, elle tombe même à 0,2 % l'an, soit très en dessous du taux moyen de productivité.

Pour les concurrents directs de la Turquie sur les marchés d'exportation, tels que le Maroc, le choc concurrentiel est rude et difficilement soutenable.

Certes, la dépréciation compétitive de la livre turque n'est pas illégale. Mais reconnaissons-le, profondément déloyale ! Et parfaitement contraire aux principes qui avaient présidé à la création de l'OMC en 1995.

Mais ne le disons pas trop fort. Nous pourrions réveiller cette jeune mais déjà vieille institution qui somnole langoureusement sur les bords du lac Léman.

Walmart prévoit plus d'un milliard de dollars de pertes pour son e-commerce en 2019

LUC LEWITANSKI |
Publié le 04/07/2019

Le distributeur américain se préparerait également à revendre le site d'e-commerce d'habillement féminin ModCloth à un prix plus faible que son prix d'achat.



Doug McMillon, PDG de Walmart, et Marc Lore, directeur e-commerce de Walmart.

Walmart prévoirait pour sa division e-commerce américaine des pertes de plus d'un milliard de dollars en 2019 à rapporter à des revenus compris entre 21 et 22 milliards, ce qui causerait un certain nombre de frustrations en interne, selon [Recode](#). Walmart n'a pas encore commenté ces chiffres. Ses bénéfices sur l'année fiscale 2018-2019, globalement et toutes divisions confondues, étaient de 7 milliards de dollars. L'e-commerce ne représente que 5% du chiffre d'affaires du groupe aux Etats-Unis.

Walmart a fait l'acquisition de l'e-commerçant Jet.com pour 3,3 milliards de dollars en septembre 2016 pour faire concurrence à [Amazon](#). A ce moment-là, le site avait connu une croissance rapide mais coûteuse, et Walmart était le seul intéressé par son rachat, en partie pour recruter le fondateur Marc Lore en tant de directeur e-commerce du groupe. Les ventes en ligne aux États-Unis de Walmart ont certes augmenté de 40% l'année dernière, tirées par l'alimentaire. Néanmoins, le retard du grand distributeur américain face à la firme de Jeff Bezos génère des tensions au sein de l'entreprise. En guise de comparaison, Amazon représente actuellement 38% du marché de l'e-commerce aux États-Unis, contre 32% en 2016, d'après un rapport eMarketer. Walmart ne représente que 4,7% du marché, contre 2,6% il y a trois ans.

Coup de frein du côté des pure players

Doug McMillion, PDG de Walmart, et le conseil d'administration de l'entreprise auraient demandé à Marc Lore de s'atteler à rendre l'e-commerce de Walmart profitable. Or Bonobos (racheté pour 310 millions de dollars, spécialisé sur l'[habillement](#) pour hommes), Modcloth (50 millions, habillement vintage pour femmes) et Eloquii (100 millions, vêtements grande taille) sont toutes sources de pertes. Walmart souhaiterait donc pour l'instant revendre Modcloth à un prix inférieur à son prix d'acquisition, et ralentir sur les acquisitions de pure players. Il n'en achètera plus d'autres cette année "à moins qu'une opportunité d'acquisition ne s'avère incontournable", d'après trois sources de Recode. Le distributeur, qui a beaucoup réduit les dépenses marketing de Jet.com ces derniers mois, prévoit également de réintégrer l'équipe en charge de la plateforme à ses propres effectifs et a supprimé le poste de son président Simon Belsham.

D'après Recode, Marc Lore se justifie en interne notamment en expliquant que pour devenir un acteur majeur de l'e-commerce, il est indispensable pour Walmart d'investir des milliards par an pour ouvrir de nouveaux entrepôts afin de pouvoir concurrencer la livraison rapide d'Amazon : la firme de Seattle dispose pour sa part de 110 entrepôts aux États-Unis, contre 20 pour Walmart. Lorsque Marc Lore a rejoint Walmart dans le cadre de l'acquisition de Jet, il a signé pour rester 5 ans, soit jusqu'à l'automne 2021.

Accelerating exports of garment & textile products to the EU market

Thursday, 2019-07-11 16:55:48



Manufacturing export goods at Dong Nai Garment Corporation in the southern province of Dong Nai.

Font Size: |

NDO – The recent signing of the Vietnam-European Union (EU) Free Trade Agreement (EVFTA) is expected to open up numerous chances for Vietnam’s garment & textile businesses to boost exports and expand markets.

However, in order to fully tap into the opportunities, enterprises are required to further invest in purchasing modern equipment and improve administration work and quality of products, aiming to enhance their competitiveness.

Expanding market shares

As one of the biggest companies in the southern province of Dong Nai, most of the commodities manufactured by Dong Nai Garment Corporation (Donagamex) are subject to overseas exports, of which the EU market accounts for 30%. According to Donagamex General Director Bui The Kich, EVFTA offers a good opportunity for garment & textile enterprises to integrate extensively into the global supply chain. Notably, when EVFTA comes into effect, businesses are not only entitled to tax incentives but are also favoured to expand business activities and boost exports. However, in order to enhance their competitiveness in the EU market, enterprises are forced to make in-depth investments, especially concerning advanced equipment and technologies, aiming to improve labour productivity and diversify goods models. In fact, Vietnamese garment & textile companies are hoping that the EU market will bring a big boost to each enterprise and the whole sector. At the same time, by accessing EU equipment and technology, Vietnam's garment & textile industry will be modernised in the future.

Sharing the same view, Deputy General Director of Garmant 10 Corporation - Joint Stock Company (Garco 10) Bach Thang Long said that most of the world's major garment & textile exporting countries, including China, India, Bangladesh, Myanmar and Cambodia, have yet to sign a trade agreement with the EU. Therefore, this will be a chance for Vietnamese firms to speed up. Currently, the volume of exports to the EU takes up 32% of Garco 10's total exports. If making good use of the EVFTA incentives, the company will be able to raise the figure by an additional 15%. Nonetheless, the biggest hindrance to Garco 10 and other businesses is to meet the rules of origin of materials stipulated by the deal. If they fail to satisfy, Vietnamese firms will inevitably not benefit from the agreement, and even face numerous difficulties when competing against foreign enterprises.

Cao Huu Hieu, Executive Director of Vietnam National Textile and Garment Group (Vinatex), emphasised that businesses are expecting EVFTA to open up new opportunities for Vietnam, as the country's market share in the EU still remains modest, only fluctuating at 2%. The EU's import trends in the last six months show that China is gradually losing its share in this market. Thanks to its preferential tariffs with the EU, Bangladesh is currently the country benefiting the most from the agreement. While waiting for EVFTA to officially take effect, Vietnam's garment & textile companies need to proactively adjust their production and business strategies and learn to firmly grasp strict requirements when participating in exporting products to the EU market, particularly the issue of rules of origin, in order to enjoy preferential tariffs under the agreement.

Proactively preparing sources of materials

When EVFTA comes into effect, some tariff lines will decrease immediately by 0% or gradually decline according to the roadmap, thus creating opportunities for Vietnam's garment & textile industry to accelerate exports to the EU market. So far, the average tax rate of garment & textile products has always been around 16%, while some emerging competitors of Vietnam's garment & textile industry, such as Myanmar and Cambodia, are entitled to a preferential tax rate of 0% because these are underdeveloped countries. As a developing nation, Vietnam is subject to a higher export tariff, making the exploitation of the EU market not as effective as expected. Referring to this issue, Vice Chairman of Vietnam Textile and Apparel Association (Vitas), Truong Van Cam, said the growth rate of Vietnam's garment & textile industry in recent years has always remained high, at two digits. Regarding 2018 alone, Vietnam's garment & textile exports to the EU market reached more than US\$4.2 billion, only behind the United States (with over US\$13 billion). Although considered a moderate exporter to the market, Vietnam's garment & textile

industry has still yet to stand on par with other countries subject to similar tariffs, such as India, China and Bangladesh, on account of their better export planning to the EU. Therefore, when EVFTA takes effect, it will open up many opportunities for the garment & textile industry, especially concerning tariffs. Accordingly, if Vietnam meets the fabric-forward rules of origin, it will enjoy a preferential tariff of 0%. However, the difficulty currently faced by Vietnam's garment & textile sector is that its fabric sources are depending too much on foreign countries, with import revenues of US\$7 billion from China (55%), US\$2.1 billion from the Republic of Korea (16%), US\$1.6 billion from Taiwan (China), and US\$750 million from Japan. According to EVFTA regulations, only fabrics imported from the Republic of Korea to manufacture exports to the EU are recognised to meet the fabric-forward rules of origin and enjoy a tariff of 0%. Meanwhile, fabrics imported from other countries will not be recognised.

Bui Kim Thuy, an economic expert, said that, regarding textile and apparel, EVFTA seems to be less strict than the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP), because the EVFTA rules of origin only stipulate from the fabric stage forward. But this still remains a bottleneck of Vietnam's garment & textile industry as it currently has to import fabrics from non-member markets of EVFTA. However, EVFTA has a more flexible provision allowing the "third party cumulation". This means if Vietnam and the EU simultaneously have FTAs with a partner, Vietnam is permitted to use inputs from that third party partner and consider them originating. For example, Vietnam and the EU currently have FTAs with the Republic of Korea, so Vietnam can cumulate inputs from the Republic of Korea to enjoy preferential taxes under EVFTA. Thus, in the future, if some ASEAN countries or some FTA partners of Vietnam have FTAs

with the EU, Vietnam will have much more markets to import raw materials that satisfy EVFTA's rules of origin.

Truong Van Cam, Vice Chairman of Vitas, stated that the EU is a very demanding market, with strict requirements on the quality, hygiene and safety of products, as well as on the environmental and labour issues. These will be challenges for businesses. Therefore, Vietnamese firms need to thoroughly learn about EVFTA's regulations to seize opportunities to boost the production of exports. In addition, cooperation and coordination between large enterprises, both at home and abroad, should be strengthened to manufacture fabrics, with the origin-related requirements being ensured. Next, businesses also need to improve the quality of human resources and apply modern scientific and technological advances to increase productivity, reduce costs and enhance competitiveness. Vinatex Executive Director Cao Huu Hieu affirmed that the EU is not an easily-accessed market because it has many member countries, the orders are relatively small compared to the US orders, the time to change product patterns is relatively close, and customers are quite careful and demanding in the stages of product quality and safety management. However, the EU market's advantage is that the average import unit price is quite good. In the future, with the benefits from tax cuts, Vietnam's garment & textile enterprises will definitely be bolder in promoting, exploiting and developing the EU market.

Cinq recommandations vietnamiennes au Conseil américain du coton

12/07/2019 23:27

La Journée du coton américain 2019, troisième édition de ce genre, organisée le 12 juillet par le Conseil américain du coton (CCI) dans la mégapole du Sud, a attiré la participation de quelque 400 entreprises spécialisées dans la filature, le textile-habillement du Vietnam et des partenaires américains.

Avec pour thème "What's new in cotton" ("Quoi de neuf dans le coton" en français), cet événement vise à présenter des dernières technologies sur l'industrie de production de coton et des produits dérivés de coton, notamment pour le textile-habillement, afin de contribuer à promouvoir le commerce du coton américain ainsi qu'à valoriser les enseignes vestimentaires, de la mode du Vietnam s'orientant vers le développement durable de cette filière.

Cinq recommandations importantes du Vietnam

Dans son discours d'ouverture, Vu Duc Giang, président de l'Association de textile-habillement du Vietnam (VITAS) a convenu de voir la relation commerciale entre la VITAS et le CCI depuis plusieurs années. Au nom des entreprises de textile-habillement, il a déclaré faire confiance à la qualité du coton américain et aux belles perspectives de la coopération entre les producteurs vietnamiens et les fournisseurs américains en la matière, sans oublier de proposer cinq importantes recommandations au Département américain de l'agriculture, au CCI ainsi qu'aux exportateurs de coton américain comme suit:

Tout d'abord, pour consolider la confiance au coton américain, il est primordial que les fournisseurs américains prêtent une haute attention à la stabilité de la qualité du coton.

Puis, il est souhaitable que les États-Unis continuent de constituer des chaînes de liaison globale dans toute l'Asie en matière de filature, de partager des expériences de gestion, des technologies et des informations mutuelles.

Ensuite, il est nécessaire d'organiser régulièrement des colloques, des présentations de marques américaines réputées avec celles des entreprises vietnamiennes pour renforcer la coopération et la liaison des marchés de manière durable.

Également, la création de l'e-commerce en la matière sera un avantage pour diversifier des échanges commerciaux ainsi que pour augmenter la transparence et la crédibilité des marchés fournisseurs comme importateurs.

Enfin, le Vietnam souhaite que les États-Unis construisent un entrepôt sous douane au Vietnam dans l'objectif de garantir le volume du coton au Vietnam et d'accélérer la vitesse des échanges commerciaux entre les exportateurs et les importateurs.

Hank Reichle, président du CCI, a, pour sa part, convenu de la forte relation entre les deux associations pendant plusieurs années, en affirmant que le Vietnam est un des plus importants partenaires des États-Unis en la matière. Le chef du CCI s'est engagé à fournir continuellement des cotons américains de qualité aux entreprises de filature, textile et habillement du Vietnam et il souhaite que les entreprises des deux pays continuent de progresser dans les temps à venir.

40 milliards de dollars pour les exportations vietnamiennes

Selon M. Giang, en 2018, le textile-habillement du Vietnam a remporté une valeur de 32 milliards de dollars à l'exportation. D'ici fin 2019, la valeur des exportations de cette filière devrait atteindre 40 milliards de dollars, soit une hausse de 10% sur un an.

Afin de parvenir à ce chiffre d'affaires, selon M. Giang, le coton américain fait partie des premières matières importantes des entreprises spécialisées dans le textile-habillement. Plus précisément, la qualité du coton au service des tenues vestimentaires des entreprises vietnamiennes représente entre 67% et 68% des matériaux, et le volume du coton américain représente plus de 50% de la totalité des importations vietnamiennes parmi des fournisseurs étrangers. Chaque année, le Vietnam importe une valeur de plus de 1,1 milliard de dollars du coton américain.

À cette occasion, les conférenciers ont également écouté des présentations sur la mise à jour de la situation de production de coton des États-Unis, du textile-habillement du Vietnam, la relation bilatérale entre les deux pays, du code de surveillance de qualité et de développement durable du coton américain ainsi que des dernières informations sur la demande et l'offre du coton dans le monde.

Comment le Vietnam profite du conflit commercial sino-américain

Première publication : 05/07/2019 - 16:54



Le Vietnam, notamment son industrie textile, est l'un des grands gagnants du conflit commercial sino-américain. Nguyen Huy Kham, Reuters

Les exportations vietnamiennes vers les États-Unis sont en forte hausse depuis début 2019. Hanoï apparaît comme le principal bénéficiaire des sanctions douanières imposées par Washington aux produits chinois.

Make Vietnam, Taiwan, Corée du Sud et Bangladesh great again. L'offensive douanière des États-Unis contre la Chine fait les affaires commerciales d'autres pays asiatiques.

Le conflit commercial a certes entraîné une réduction de 12 % des importations américaines de produits chinois depuis le début de l'année, a [annoncé le Département américain du Commerce, mercredi 3 juillet](#), mais les exportations taiwanaises vers les États-Unis ont augmenté de 23 %, tandis que celles du Bangladesh sont en hausse de 14 %, et les Américains ont acheté 12 % de plus de biens de Corée du Sud. Le principal gagnant de cette redistribution des cartes commerciales en Asie est le Vietnam. Ses exportations vers les États-Unis ont fait un bond de 36 % depuis le début de l'année.

Dans le collimateur de Donald Trump

Une réalité qui n'a pas échappé au président américain Donald Trump, qui avait espéré que le conflit commercial entraînerait une relocalisation de la production de certains produits chinois taxés (électroniques, textile etc.) aux États-Unis pour échapper aux droits de douane. Le Vietnam est même en passe de devenir sa nouvelle bête noire. Il l'a qualifié de **"presque le pire de tous [les pays dans le collimateur de Donald Trump pour leurs pratiques commerciales, NDLR]"**, en marge du dernier sommet du G20 au Japon, fin juin. **Le président américain a d'ailleurs menacé de faire subir à Hanoï le même sort qu'à Pékin, en imposant des droits de douanes sur les importations vietnamiennes.**

La récente "success story" économique vietnamienne tient essentiellement "à son profil productif qui est similaire à celui de la Chine", explique le géant financier japonais Nomura [dans une note publiée début juin](#) sur les "bénéficiaires des tensions commerciales sino-américaines". En d'autres termes, le Vietnam propose presque les mêmes produits que la Chine, à un tarif d'autant plus attractif que les droits de douanes américains ont rendu les alternatives chinoises plus onéreuses.

Le textile vietnamien est l'un des principaux bénéficiaires de l'appétit américain pour tout ce qui n'est pas chinois, [souligne le Financial Times](#). Les produits électroniques sont l'autre secteur à profiter le plus du bras de fer entre Washington et Pékin : les exportations vietnamiennes de smartphones et composants pour téléphone vers les États-Unis ont ainsi doublé en un an.

Faux certificats d'origine

Et ce n'est pas qu'un effet d'aubaine, d'après les experts de Nomura. En réalité, la crise entre les deux superpuissances économiques mondiales n'a fait qu'accélérer une tendance à l'œuvre depuis près d'une décennie, rappelle le quotidien hongkongais [South China Morning Post](#). Alors qu'en Chine, le coût de la main d'œuvre augmente régulièrement, le Vietnam constitue un nouvel eldorado pour les grands groupes en quête de bras bon marché. Mais il n'est pas le seul en Asie, puisque le Bangladesh, l'Indonésie ou encore la Malaisie ont aussi une main d'œuvre à bas coût.

Mais le Vietnam dispose d'une infrastructure plus développée que ses concurrents directs, et d'une main d'œuvre mieux formée pour les besoins de géants comme Samsung (qui contribue à lui seul à plus d'un quart des exportations depuis le Vietnam), souligne le South China Morning Post. Résultat : un nombre croissant d'entreprises occidentales ont décidé de délocaliser leur production de Chine vers le Vietnam, ces dernières années. C'est donc tout naturellement que des grands groupes comme Home Depot, Zara ou encore Target ont décidé de développer leurs activités au Vietnam depuis le début des tensions entre Washington et Pékin, conclut le Financial Times. "À moyen-terme, le bénéfice commercial que le Vietnam tire de ce conflit pourrait se traduire par une hausse de 7 % du PIB", pronostiquent les experts de Nomura.

Le boom des exportations vietnamiennes tient aussi en partie à une astuce utilisée par des entreprises chinoises pour contourner les sanctions américaines. **Une partie des produits vietnamiens qui entrent sur le territoire américain sont en réalité "made in China" : ces biens sont fabriqués en Chine puis exportés au Vietnam où des agents des douanes peu regardant apposent le label "made in Vietnam", [rapporte le quotidien américain USA Today](#).**

Difficile de quantifier l'ampleur de ce phénomène, mais les autorités vietnamiennes ont reconnu avoir identifié "des douzaines de certificats d'origine frauduleuse" depuis quelques mois, note [le quotidien Hanoi Times](#). Les exportations chinoises vers le Vietnam ont connu une forte hausse depuis près d'un an, d'après les douanes vietnamiennes. Une partie, essentiellement du textile, des produits agricoles et de l'aluminium, est ensuite redirigée vers les États-Unis, assure le Hanoi Times.

Mais le gouvernement vietnamien semble déterminé à enrayer ce phénomène. Les autorités ont annoncé qu'elles allaient "redoubler d'efforts" pour traquer les contrevenants et imposer des amendes plus lourdes. Le Vietnam "n'a aucune envie que Donald Trump ajoute à sa liste de critiques contre Hanoi celle de servir d'intermédiaires à des entreprises chinoises pour déjouer les sanctions américaines", a [assuré à la chaîne Bloomberg](#) Do Van Sinh, un membre du comité économique de l'Assemblée nationale vietnamienne.

"LE VIETNAM EST LE GRAND GAGNANT DE LA GUERRE COMMERCIALE ENTRE DONALD TRUMP ET LA CHINE"

CHRISTOPHER DEMBIK PUBLIE LE 02/07/2019 A 17H16

Afin d'échapper aux sanctions de l'administration Trump, de nombreuses entreprises chinoises ont délocalisé au Vietnam, qui profite ainsi du conflit sino-américain, souligne notre chroniqueur Christopher Dembik, responsable de la recherche macroéconomique chez Saxo Bank.

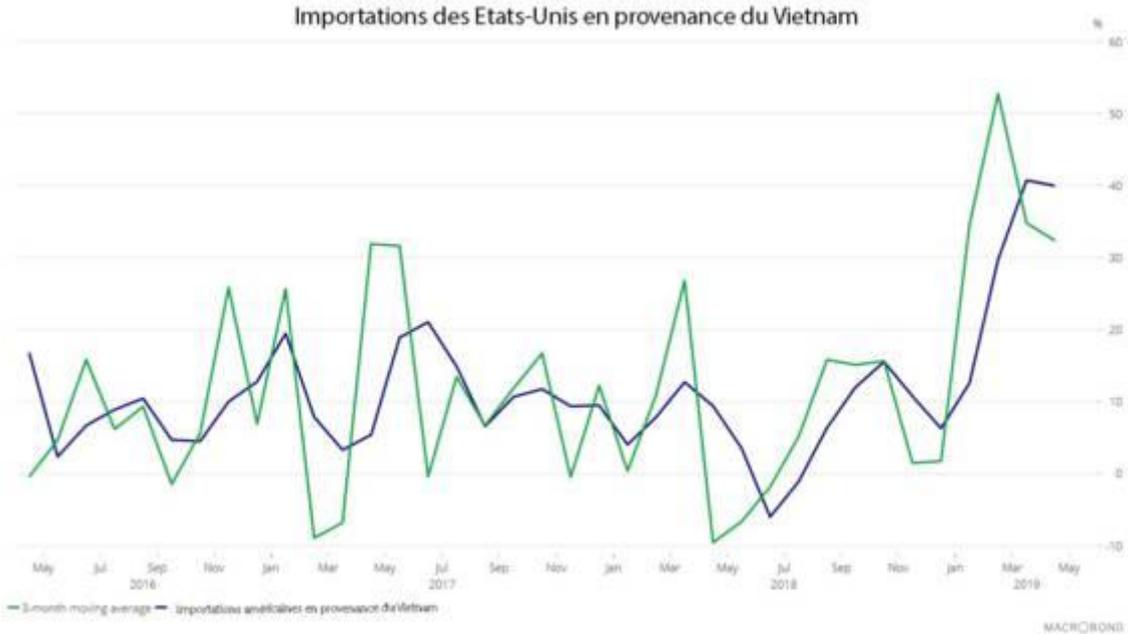
Si l'on se réfère au graphique présenté à la fin de cette chronique, il est évident que le Vietnam est le grand gagnant de la guerre commerciale qui oppose les États-Unis à la Chine. Selon les dernières données en date du US Census Bureau, les importations des États-Unis en provenance du Vietnam ont bondi de 40% en avril en rythme annuel et la moyenne mobile à trois mois, qui réduit la volatilité, reste très élevée, à +32% en rythme annuel. C'est la plus forte hausse parmi les 40 plus gros pays fournisseurs.

Cette tendance reflète un phénomène à la fois conjoncturel et structurel. Le Vietnam jouit du même avantage que les pays d'Asie du Sud-Est lors de la guerre commerciale qui a opposé le Japon aux États-Unis dans les années 1980. De nombreuses entreprises chinoises, notamment dans les secteurs du textile et des chaussures, ont délocalisé leurs capacités de production au Vietnam pour échapper aux sanctions imposées par le gouvernement américain à l'encontre de la Chine.

Dans la mesure où le secteur manufacturier est très développé au Vietnam, il leur a été facile de franchir la frontière pour délocaliser leurs capacités de production. Mais ce phénomène de délocalisation a commencé avant la guerre commerciale car les entreprises chinoises étaient séduites par les avantages concurrentiels y afférents. En ce sens, la guerre commerciale n'a fait que précipiter et accélérer un phénomène existant.

En revanche, on sait moins que le Vietnam devient également un lieu de production prisé en Asie pour les produits de technologie de pointe. De nombreuses entreprises sud-coréennes ont délocalisé tout ou partie de leurs capacités de production de smartphones au Vietnam (c'est le cas de LG, par exemple). Les téléphones représentent désormais 20% du volume total des exportations vietnamiennes et la plupart sont produits par des entreprises sud-coréennes.

Cela explique pourquoi les importations de téléphones portables en provenance du Vietnam à destination des États-Unis ont plus que doublé au cours des quatre premiers mois de l'année 2019, en rythme annuel. C'est ce qui explique également en partie la faiblesse des exportations sud-coréennes...



Le Vietnam et Taïwan disposent d'un énorme potentiel de coopération industrielle

03/07/2019 17:05

Le Vietnam et Taïwan (Chine) disposent d'un potentiel important en matière de coopération dans les domaines du commerce et de l'investissement, notamment dans la construction de chaînes d'approvisionnement pour la production et la transformation, ont déclaré des experts lors d'un forum mardi 2 juillet à Hô Chi Minh-Ville.



Taiwan souhaitait investir dans les secteurs du vêtement, du textile au Vietnam.
Photo: VNA/CVN

Selon Vu Tiên Lộc, président de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Vietnam (VCCI), le capital total d'investissement direct de Taïwan au Vietnam dépasse 31 milliards de dollars, principalement axé sur la production et la transformation, contribuant de manière significative aux recettes d'exportation annuelles du pays, en particulier le vêtement, textile et chaussures.

Le Vietnam est devenu attrayant pour les investisseurs étrangers, y compris ceux de Taïwan, a-t-il déclaré, soulignant que le pays espérait que les entreprises taïwanaises développeraient de l'industrie auxiliaire et aideraient les entreprises locales à rejoindre la chaîne de valeur mondiale.

Wang Wen-yuan, président de la Fédération nationale des industries de Taïwan, a déclaré que le Vietnam était une destination de l'investissement que Taïwan avait ciblée dans sa stratégie de

développement, ajoutant que Taïwan souhaitait investir dans les secteurs du vêtement, du textile, de la chaussure et de l'industrie auxiliaire au Vietnam.

Vu Duc Giang, président de l'Association vietnamienne du textile et de l'habillement (VITAS), a souligné la contribution des entreprises taïwanaises aux recettes d'exportation de textiles et d'habillement du Vietnam au cours des dernières années.

VITAS espère mettre en place prochainement un canal d'échange d'informations avec les entreprises taïwanaises du textile et de l'habillement afin de relier les sources d'approvisionnement en matières premières au secteur local du textile -habillement, a-t-il déclaré.

Vu Duc Giang a appelé les entreprises taïwanaises à augmenter leurs investissements dans les filés, le tissage et la teinture au Vietnam afin de remédier à la pénurie de matières premières dans le pays.

Zhan Zhengtian, président de la Fédération taïwanaise du textile, a décrit le Vietnam comme une destination attrayante pour de nombreux investisseurs taïwanais dans le secteur du textile.

Le Vietnam est le plus gros importateur de textiles de Taïwan, avec un chiffre d'affaires supérieur à 2 milliards de dollars par an, a-t-il ajouté.

La demande croissante de matières premières du Vietnam est l'occasion pour les entreprises taïwanaises d'accroître leurs investissements et d'établir des liens avec des partenaires locaux afin de développer la chaîne d'approvisionnement, a-t-il déclaré.

En outre, Taïwan peut aider le Vietnam à développer des technologies de teinture et de tissage et la formation de la ressource humaine de qualité, la création de mode et le développement de produits, contribuant ainsi à augmenter la valeur ajoutée des vêtements et textiles vietnamiens dans le temps à venir, a-t-il déclaré.

VNA/CVN

Textile: l'EVFTA encourage les investissements dans les filières auxiliares

04/07/2019 18:02

L'accord de libre-échange entre le Vietnam et l'Union européenne (EVFTA), signé le 30 juin à Hanoï, serait favorable aux exportations vietnamiennes de textile-habillement sur le marché européen, selon Nguyễn Thanh, directeur du Service de l'industrie et du commerce de la province de Thua Thiên-Huê (Centre).



Dans usine de textile-habillement à Hung Yên (Nord).

Photo: VNA/CVN

Dans le but de s'adapter à la situation, Thua Thiên-Huê va accélérer la modernisation du secteur du textile-habillement tout en privilégiant les produits à haute valeur ajoutée et les filières auxiliaires, a souligné Nguyễn Thanh, ajoutant que les recherches, le design des produits et le développement des marques seraient également renforcés.

Il a par ailleurs indiqué que le principe du pays d'origine demanderait aux entreprises de Thua Thiên-Huê de chercher à attirer des investissements étrangers dans les filières auxiliaires pour profiter au mieux des opportunités entraînées par l'EVFTA.

Actuellement, Thua Thiên-Huê poursuit un projet de soutien au secteur du textile-

habillement. Ce projet, qui vise à développer les filières auxiliaires, couvre environ 400 hectares dans la zone industrielle de Phong Diên. Il a également pour objet d'aider la province à devenir l'un des centres de textile-habillement de la région Centre.

À ce jour, plusieurs entreprises du textile-habillement à Thua Thiên-Huê ont signé des contrats d'exportation pour le 3^e trimestre. La province compte 52 entreprises spécialisées dans le textile-habillement. Elle vise un montant d'un milliard de dollars d'exportations cette année, dont le textile-habillement représente 80%.

La 4e révolution industrielle : Opportunités et défis pour le secteur textile du Vietnam

JEUDI, 11 JUILLET 2019 –



Séminaire sur les opportunités et les défis du secteur de textile du Vietnam. Photo: VNA

Hanoi (VNA) – Des experts ont souligné les opportunités et les défis pour le secteur de textile-habillement du Vietnam dans le contexte de la 4^e révolution industrielle, lors d'un séminaire tenu le 9 juillet à Hanoi.

Co-organisé par l'Association du textile-habillement du Vietnam (VITAS) et l'Institut de l'Industrie technologique de République de Corée (KITECH), ce séminaire avait pour but d'aider les entreprises à définir des stratégies, tirer parti des résultats de la 4^e révolution industrielle et réduire les défis, d'introduire des solutions techniques avancées, de partager des connaissances et de renforcer la coopération dans le secteur textile entre le Vietnam, la République de Corée et les pays asiatiques, et d'améliorer la compétitivité des entreprises vietnamiennes.

La 4e révolution industrielle et les applications populaires de l'automatisation, de l'Internet des objets, des mégadonnées et de l'intelligence artificielle ont créé des défis et des opportunités pour le secteur de l'habillement, a déclaré Truong Van Câm, vice-président de la VITAS.

Il a expliqué que la technologie d'automatisation avait entraîné une réduction du nombre de travailleurs directs, tandis que la connexion de données contribuerait à promouvoir la production verte, à économiser les ressources naturelles et à réduire les stocks.

L'application de la technologie d'impression 3D permet de fabriquer des produits adaptés à chaque consommateur, satisfaisant ainsi la demande des clients, a-t-il souligné.

Une productivité élevée contribuerait à améliorer les revenus des travailleurs et aiderait le secteur à réaliser des percées, a-t-il ajouté.

Des experts ont également indiqué les défis auxquels ce secteur doit relever tels que robots et intelligence artificielle qui remplaceront le travail humain ; les activités futures de production se concentreront dans les pays industrialisés... -VNA

Le CPTPP aide le textile à développer l'industrie auxiliaire

(VietnamPlus) - Les exportations vietnamiennes de textile et d'habillement qui figurent parmi les exportations phares du pays, ont progressé l'an passé de 16,1% pour atteindre à plus de 36 milliards de dollars en 2018.

Le directeur exécutif du Groupe du textile et de l'habillement du Vietnam (Vinatex), Cao Huu Hiêu, a déclaré au journal VietnamPlus de l'Agence vietnamienne d'information (VNA) que de nombreuses entreprises du secteur ont pris pied sur le marché. En 2018, le secteur vietnamien du textile-habillement se classait au troisième rang mondial, après ceux de la Chine et de l'Inde.



Le directeur exécutif du Groupe du textile et de l'habillement du Vietnam (Vinatex),

Pénétration plus profonde des marchés non traditionnels

**- Le secteur du textile-habillement a atteint son objectif annuel pour 2018.
Quels ont été les points forts de l'année écoulée ?**

Depuis le troisième trimestre de 2018, la guerre commerciale entre les États-Unis et

la Chine a affecté la situation économique mondiale, en particulier le secteur du textile-habillement. Mais grosso modo, en 2018, les importations de textile et d'habillement sur les grands marchés ont été plutôt positives.

Par exemple, les chiffres pour les États-Unis étaient estimés à 118,9 milliards de dollars, soit une augmentation de 4,2% sur un an; l'Union européenne, 283,2 milliards de dollars, en hausse de 8,02%; le Japon, 38,16 milliards de dollars, en hausse de 8,9%; et la République de Corée, 15,51 milliards de dollars, en hausse de 7,16%.

En outre, la situation économique mondiale en 2018 a suivi des tendances positives, l'économie américaine étant florissante grâce aux politiques du président Donald Trump.

L'amélioration du marché du travail aux États-Unis a dopé les dépenses des ménages, entraînant une augmentation des importations de textile-habillement. De même, les économies de l'UE et du Japon ont également bien progressé au cours des neuf premiers mois en raison de l'intervention des gouvernements sur les marchés et de la hausse des dépenses.

- Quel sera l'impact de l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste (CPTPP) sur l'industrie du textile et de l'habillement du Vietnam?

Premièrement, le CPTPP entraîne l'ouverture des marchés, ce qui signifie que le Vietnam va pénétrer plus profondément sur des marchés non traditionnels comme le Canada et l'Australie.

Par exemple, en 2017, les importations en provenance du Vietnam représentaient 5,9% et 2,8% des importations totales de textile-habillement du Canada et de l'Australie, respectivement. De ce fait, les exportations vietnamiennes sur les deux marchés restent vastes.

L'accord, quant à lui, stimulera les exportations en réduisant les droits de douane. Par exemple, les droits de douane de la nation la plus favorisée (NPF) au Canada, qui s'élèvent en moyenne à 17-18%, seront nuls pour la ligne tarifaire SH50-60 (fibres, fils et tissus) et pour certains produits des lignes SH 61 et 62 lorsque le CPTPP entrera en vigueur.

Certaines exportations vietnamiennes au Canada, telles que les vêtements de dessus, les coupe-vent et les combinaisons de ski, verront leurs tarifs supprimés quatre ans après l'entrée en vigueur du pacte.

En particulier, l'accord encouragera les investissements dans la production de matériaux, constituant ainsi une industrie auxiliaire pour le secteur. Le CPTPP conduit les investisseurs étrangers à voir le Vietnam comme une destination attrayante en termes d'opportunités de marché, de stratégies d'approvisionnement alternatives et de coûts de production.

Ils envisageront ainsi de déplacer les chaînes de production et de transférer la technologie dans le pays, et d'investir dans sa chaîne d'approvisionnement, afin d'aider le secteur local du textile-habillement à devenir plus compétitif et à moins dépendre des matériaux importés.

- Le CPTPP a des exigences strictes en termes d'origine. Que pensez-vous de la capacité des entreprises nationales à répondre à une telle demande ?

Pour bénéficier d'incitations tarifaires, les exportateurs vietnamiens doivent prouver l'origine du produit à partir du fil qu'ils ont utilisé. Étant donné que nos commandes concernent principalement la fabrication de vêtements à partir de tissus importés selon les demandes des clients, répondre à ces exigences d'origine n'est pas chose facile.

Dans le cadre du CPTPP, seulement trois groupes de produits ne sont pas obligés d'être fabriqués à partir du tissu ou du fil du pays hôte. Il s'agit de valises, de sacs, de soutiens-gorge et de vêtements de bébé en fibres synthétiques. Mais ces produits ne correspondent aux avantages comparatifs du Vietnam.

À court terme, je pense que nous ne pouvons pas tirer pleinement parti des avantages de l'accord. Mais au cours des trois à cinq prochaines années, lorsque les investisseurs étrangers verront le potentiel du Vietnam et les coûts de production d'autres pays devenir plus chers, ils investiront dans notre industrie du textile et de l'habillement. À ce moment-là, nous répondrons progressivement à l'exigence du CPTPP sur l'origine.

- Outre l'exigence sur l'origine, quels sont les obstacles rencontrés par le secteur dans le cadre du CPTPP ?

Les principaux marchés d'exportation de produits textiles et d'habillement sont depuis longtemps les États-Unis, l'Union européenne, le Japon, la République de Corée et la Chine. Cependant, avec son implication dans le CPTPP, les nouveaux marchés potentiels du Vietnam ne sont que le Canada et l'Australie.

Les importations annuelles combinées de vêtements vietnamiens du Canada et de l'Australie s'élèvent à environ 23 milliards de dollars, soit moins que le chiffre enregistré pour le seul Japon. À l'heure actuelle, les produits textiles et d'habillement vietnamiens ne représentent que 5% des parts de marché des deux pays, tandis que les entreprises vietnamiennes n'ont pas encore établi de relations étroites avec leurs clients et ont besoin de plus de temps pour le faire.

De plus, pour avoir droit à des incitations fiscales, les exportateurs vietnamiens doivent notamment respecter les exigences en matière d'origine, d'enregistrement des entreprises et d'archivage de documents. Cependant, ils ne sont pas familiers avec l'archivage de documents, ce qui en fait une question qui nécessite plus d'attention.

Enfin, nos concurrents internationaux tels que la Chine, l'Inde, le Bangladesh, le Pakistan et l'Indonésie se mobiliseront pour soutenir leurs entreprises. Par exemple, l'Inde a mis en place des fonds de soutien à l'exportation et d'autres fonds pour réduire les droits à l'importation imposés sur les machines, tandis que la Chine a dévalué le yuan pour promouvoir ses exportations.

- Quelles mesures le secteur vietnamien du textile-habillement prend-il pour surmonter ces obstacles ?

Dans l'ensemble, pour exploiter les marchés du CPTPP, Vinatex s'est concentré sur la promotion du commerce et les démarches directes auprès des clients.

Auparavant, les entreprises du secteur exportaient souvent leurs produits via des intermédiaires en Chine et à Hong Kong, mais la tendance à travailler avec les clients est désormais plus courante pour éviter des coûts intermédiaires inutiles.

Au cours de la dernière année, Vinatex a envoyé plusieurs délégations rencontrer des clients au Canada et en Australie, les commandes directes étant signées.

Vinatex considère qu'il est vital d'améliorer la capacité d'autonomie en ce qui concerne les sources matérielles. C'est pourquoi des fonds ont été investis dans des

projets de fil tels que les usines de production de fil de Phu Hung et Nam Dinh.

Le groupe a également encouragé ses entreprises membres à collaborer avec leurs clients pour des investissements communs dans la production et le transfert de technologies.

Pression sur les entreprises locales

- Que pensez-vous de la pression que le CPTPP exercera sur l'industrie de la mode au Vietnam?

En 2015, lorsque les négociations de l'accord de libre-échange UE-Vietnam et de partenariat transpacifique (TPP) ont pris fin, les flux d'investissements directs étrangers (IDE) dans le secteur du textile-habillement étaient très importants. L'industrie a attiré une centaine de projets d'IDE totalisant plus de 2 milliards de dollars de capitaux enregistrés, un record à l'époque.

Le CPTPP devrait créer une nouvelle vague d'IDE dans le pays. Cela signifie que la pression sur les entreprises nationales va augmenter.

Pendant des années, l'industrie de la mode locale a vu son marché divisé par différentes sources, allant des sources intérieures à celles d'importation.

Nous allons ouvrir le marché national du textile-habillement aux autres pays membres du CPTPP. Cependant, seul le Mexique est un pays fort en matière d'exportation de vêtements, son principal importateur étant les États-Unis en raison de son avantage géographique. Je pense donc que la pression exercée par le CPTPP sur notre marché intérieur sera faible.

- Pouvez-vous nous en dire plus sur les projets de Vinatex concernant le développement du marché intérieur ?

Les entreprises membres de Vinatex s'efforcent depuis longtemps de maintenir et d'élargir leur marché intérieur, certaines affirmant même leur position unique sur le marché, y compris Viêt Tiên avec des chemises, ou May 10 et Nhà Bè avec des costumes.

Cependant, le marché intérieur implique la participation de diverses parties, avec les marchandises transportées illégalement de Chine constituant la concurrence la plus féroce.

Pour s'adapter, chaque membre dispose d'une stratégie visant son marché de niche pour acquérir son avantage concurrentiel et créer son propre système client.

Par exemple, Duc Giang a créé une marque Spearl ou Hera DG spécialisée dans les vêtements de bureau et les vêtements pour femmes, aux designs modernes et accrocheurs. Au cours des deux dernières années, nous [Vinatex] avons créé un canal de distribution pour la mode vietnamienne au 25 rue Bà Triêu qui génère un très bon revenu.

En ce qui concerne les plans de marché domestique dans les années à venir, nous continuerons d'encourager les entreprises locales à élargir leurs canaux de distribution nationaux et à développer leurs marques conçues au Vietnam. Peu à peu, ils vont dominer le marché. -VNA

Nike Supplier Pivots Away From Vietnam After Exiting China

By Cindy Wang

14 juillet 2019 à 23:00 UTC+2

- Eclat Textile may instead invest in Indonesia or Cambodia
- Clients don't want production bases in one country: Chairman



Hung Cheng-hai Bloomberg

The new normal of global trade is that there are few safe harbors.

That's the lesson Eclat Textile Co. is learning. The sportswear supplier to Nike Inc. and Lululemon Athletica Inc. exited China in 2016 as conditions weren't ideal for manufacturing, deciding instead to bulk up in Vietnam. Now, as the global trade war heats up, Eclat finds itself vulnerable again and needs to move beyond Vietnam.

“Judging from the global situation, the most important thing now is diversification,” Chairman Hung Cheng-hai said in an interview. “Clients also want us to diversify risks and don’t want production bases to be in one country. Now 50% of our garments are made in Vietnam, so we are not diversified enough.”

Heightened trade tensions between the U.S. and China have disrupted global supply lines, forcing companies to pivot production out of the Asian nation and into other countries such as Taiwan, Vietnam and Bangladesh. But with Donald Trump hardening his stance on Vietnam, calling it the biggest trade abuser and slapping higher import duties on steel, firms are realizing that no nation is tariff-proof enough to serve as a global supply hub.

Read how the age of global supply chains is in trouble: Noah Smith

Eclat is now looking to set up multiple, smaller regional manufacturing hubs that can be nimble in servicing clients. The textile maker won’t consider adding plants or expanding in Vietnam in the next three years, Hung says.

The company instead will invest in new facilities in Southeast Asian nations such as Indonesia or Cambodia. It expects to invest \$80 million in setting up 120 production lines in the region, with the board deciding specific locations later this year, Hung says.

Eclat shares advanced 3.5% on Monday -- their biggest jump in more than two months -- outstripping the 0.5% rise in Taiwan’s benchmark Taixex index.

Eclat is ahead of its peers in terms of diversification, giving it a “competitive advantage in the supply chain” and boding well for its long term future, said Helen Chien, a Daiwa analyst based in Taipei.

Plan B

Although the U.S. and China have resumed talks on a deal, there are growing signs that the global supply chain -- long reliant on China as the workshop to the world -- is being permanently transformed. Intel Corp. has said it’s reviewing its global supply chain, while Apple Inc. and Amazon.com Inc. are among those reportedly working on a Plan B.

But the rush to nearby Asian nations is also reaching a saturation point. “Vietnam, for example, is full, completely full,” Spencer Fung, chief executive officer of Li & Fung Ltd., the world’s largest supplier of consumer goods, told Bloomberg earlier this month.

[Read more: From Trade-War Winner to Trump Target, Vietnam Braces for Shocks](#)

Eclat escaped the hit of higher U.S. tariffs because it shut its Chinese facility in 2016 due to a shortage of local manpower. “The era of ‘Made in China’ was over five years back,” because the young Chinese workers -- products of the ‘One Child Policy’ -- no longer like working in a factory, according to Hung. “We will be cautious about investing in China and won’t invest in labor-intensive businesses.”

A dispersed supply chain will lower any potential tariff risks for Eclat and may even help lower costs in the long term, according to Rae Hsing, an analyst at Cathay Securities in Taipei who has a neutral rating on the textile firm.

Lectra Launches Platform to Integrate Processes from Ideation to Point of Sale

06/26/2019

Lectra has launched Kubix Link, an intelligent and intuitive cloud-based platform that integrates all business processes from ideation to point of sale. This solution gives fashion companies a consolidated view of all information pertaining to each product, the company reports. With a web-standard interface and social-media-inspired communication tools, fashion companies can work faster and smarter, delivering top-selling products and then marketing them all in one click, while creating an omnichannel experience for their consumers.

As the number of collections grows due to rising consumer expectations, so does the volume of fragmented data spread across different systems and platforms in different formats. The struggle to derive value from data becomes bigger every day for fashion executives, complicating their decision-making processes. Companies need solutions that encompass the end-to-end ecosystem and not just a piece of it and that is where Kubix Link comes in.

Kubix Link has the ability to turn collective data into actionable insights, Lectra reports. The solution, with its built-in PLM, PIM, and

DAM capabilities, can integrate a wide array of IT systems, legacy and brand new, such as ERP, CRM and WMS, and process massive volumes of data coming from all parts of the fashion ecosystem, consolidating all information and presenting it in a structured and comprehensible manner efficiently.

Kubix Link, with its web-inspired interface, enables users to navigate and search for product information easily. At a glance, fashion executives can get an overview, make reports, communicate and update information in real time on any device. This allows them to focus on value-added tasks and unleash their innovative potential, Lectra reports.

