

Sommaire / Summary

	Allemagne : Adidas ralentit le rythme, faute de produits disponibles	1
	Bangladesh apparel exports to US jump by 6,65 % in 2018	3
	Bangladesh : les syndicats demandent la réintégration de 12.000 salariés licenciés	5
	Bangladesh : garment makers seek duty benefit from US	8
	Cambodia : AmCham rues tariff agreement	10
	Cambodia : EU team to arrive for EBA talks	12
	Cambodia : leading textile maker starts to build huge factory	15
	China : backing down in fashion apparel industry	17
	China : curbing sexual harassment in China's garment industry	22
	China is losing water in US trade war	26
	Chine : le nouveau mannequin asiatique de Vogue suscite une controverse en Chine	29
	Chine : la nouvelle route de la soie, terminus Duisbourg	31
	Chine : un premier camion de marchandises relie l'Europe à la Chine	33
	Espagne : Inditex, chiffre d'affaire de 26 milliards d'euros ; ventes en ligne : + 27 %	35
	France : fast fashion : Tekyn lève 1M€ pour ses technos de production à la demande	38
	France : comment le SCA s'attaque à la crise de l'habillement	41
	Ile Maurice : secteur en crise : comment sauver le textile ?	45
	India : government clears scheme to rebate central, state embedded taxes	49
	India : GSP withdrawal impact marginal	51
	Madagascar : parc industriel de 80 hectares pour l'industrie textile...mauricienne	53
	Maroc : à bâtons rompus avec des ouvrières du textile	55
	Maroc-UE : des projets sur la table, en attendant les élections européennes	58
	Monde : la question des droits des femmes perdure dans le secteur textile-habillement	60
	Myanmar garment workers caught in global tug-of-war	62
	Tunisie : les franchises en habillement, un fleuron de l'économie nationale	66
	Tunisie : franchises, quelle valeur ajoutée pour un secteur pointé du doigt ?	69
	Tunisie : entrée en production d'une nouvelle unité de Benetton à Tozeur	71
	Tunisie : le Royaume Uni, un textile-habillement marché exigeant	73
	Turkey gains scope as European textile hub while entering recession	77
	Turquie : le pays entre en récession pour la première fois depuis 2009	80
	USA : China and Vietnam dominate the American apparel market !	81
	United States will terminate GSP designation of India and Turkey	83
	USA : Donald Trump met fin à des accord préférentiels avec l'Inde et la Turquie	84
	USA : Levi Strauss looks to deepen pockets with IPO	86
	Vietnam : textile workers struggle to get on just \$50 a week	89
	Vietnam : Southern region attracts strong wave of investment from RoK	93
	Vietnamese garment firms struggle to conquer domestic market	96
	World : the human cost of fast fashion	98
	World : why bananas could be the fabric of the future	102

Adidas ralentit le rythme, faute de produits disponibles



1. Entreprises



Par Anne-Sophie Cathala

| Publié le 13/03/2019 à 19h57

Le groupe modère sa prévision de croissance à cause de «goulots d'étranglement» dans sa production en Asie.

Après une **forte accélération**, Adidas a un point de côté. Le groupe allemand, deuxième équipementier sportif au monde derrière l'américain Nike, a vu ses ventes bondir de 8 % l'an passé, à 21,9 milliards d'euros, et son bénéfice net de 45 %, à 1,7 milliard. Mais pour cette année, le groupe a prévenu que la croissance de ses ventes serait comprise entre 5 % et 8 % seulement, ce qui a fait chuter son cours de Bourse de près de 3 % en clôture mercredi.

Ce **ralentissement prévu de la croissance des ventes** n'a rien à voir avec une modération de la demande. Il est la conséquence, précise la direction, de «goulots d'étranglement dans la capacité de production», en particulier de

produits destinés au marché nord-américain, «moteur de croissance stratégique» d'Adidas avec la Chine et l'e-commerce.

Un programme mondial anti-ruptures de stocks a bien été efficace sur les baskets et autres best-sellers iconiques. Mais il n'a pas fonctionné sur les articles textiles à prix moyen de gamme aux États-Unis. Les clients les recherchent d'autant plus qu'Adidas a réduit ses promotions pour améliorer sa rentabilité. Or, la croissance du textile, longtemps inférieure à celle des baskets, est montée en flèche pour Adidas, mettant les deux segments au coude-à-coude.

Succès aux États-Unis

Son incapacité à satisfaire la demande textile coûtera à Adidas «1 à 2 points de croissance», soit 200 à 400 millions d'euros de manque à gagner, selon son PDG, Kasper Rorsted. Eugenio Di Maria, président d'EDM Publications, note que le patron d'Adidas a «refusé de commenter l'hypothèse selon laquelle le problème aurait pu entraîner le départ récent du directeur général des opérations, Gil Steyaert».

Adidas a réduit ses approvisionnements textiles en Chine (19% en volume contre 23% en un an), au profit de du Cambodge (24%).

La direction a préféré annoncer une augmentation des ventes de 3 % à 4 % au premier semestre 2019, suivie d'une accélération. Elle a précisé que ces soucis américains n'avaient rien à voir avec la guerre commerciale entre la Chine et les États-Unis. Adidas a réduit ses approvisionnements textiles en Chine (19 % en volume contre 23 % en un an), au profit de du Cambodge (24 %).

Les ventes d'Adidas ont avancé de 15 %, à 4,689 milliards d'euros en Amérique du Nord. Dont 4,277 pour la marque Adidas, plus très loin des 5 milliards de dollars (4,426 milliards d'euros) de revenus visés d'ici à 2020. Ses baskets y sont très demandées. Mais le groupe avait doublé la taille de ses activités en Amérique du Nord ces trois dernières années. La machine a saturé. D'autant que la demande bondit en ligne et qu'elle reste forte en Asie, où Adidas produit 71 % de ses vêtements.

Leur rythme de fabrication a été accéléré pour suivre les tendances de la «fast fashion». Adidas a déjà hissé à 37 % en 2018 la part des articles à production rapide (60 jours) et vise 50 % en 2020. Pour livrer à temps les États-Unis, il s'y offre un nouveau centre de distribution en Pennsylvanie.

Bangladesh apparel exports to US jump by 6.65% in 2018

March 11, 2019

Bangladesh's apparel exports to the US, the single largest export destination for clothing goods, have seen a 6.65% rise to \$5.40 in 2018.



Figure: Exporting clothing goods to the United States of America, Bangladesh earned \$5.40 billion during the January-December period of 2018, which was \$5.06 billion in the previous year.

According to Office of Textiles and Apparel (Otexa) data released on March 6, exporting clothing goods to the United States of America, Bangladesh earned \$5.40 billion during January-December period of 2018, which was \$5.06 billion in the previous year.

However, the overall export earnings stood at \$5.60 billion, up by 6.42%, which was \$5.23 billion in the same period last year. Of which only \$206.25 million came from the non-apparel sector, which was \$205 million in 2017.

Giving reaction on the exports growth, apparel makers and economists attributed the ongoing trade war between the US and China and safety improvement in the country's \$30 billion RMG sector.

“Apparel buyers placed more work orders from the beginning of 2018. This is because of boosted confidence of apparel brands and buyers, which was restored by the safety inspection done by Alliance, a platform of North American buyers to improve workplace safety,” former Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA) President Abdus Salam Murshedy told the Textile Today.

Meanwhile, a trade war between the US and China expedited the growth as the buyers relocated their buying destinations to other Asian countries and Bangladesh was in the priority list, said Salam, president of Exporters Association of Bangladesh (EAB).

In tapping the fullest benefits of the trade war, Bangladesh government has to find out the new window of opportunity and comes up with necessary steps in grabbing market share.

MOHAMMED HATEM, FORMER VICE PRESIDENT, BKMEA

Talking on the impact of a trade war, the business leader opined that the work orders inflow will continue to grow as the buyers have realized that the tension will linger.

Meanwhile, trade analysts opined that Bangladesh could not utilize the opportunity fully due to lack of its diversified products basket.

They suggested policy measures in grabbing the opportunity from the tension and to attract investment in the sector.

“Due to trade war effects, Bangladesh exports to the US rose. But Bangladesh failed to grab the fullest benefits of the war. While its close competitors have well performed,” Centre for Policy Dialogue (CPD) Research Director, Khondaker Golam Moazzem, told the Textile Today.

In taking the advantage as an opportunity, Bangladesh has to move for products diversification and develop infrastructure to attract investment as investment and orders are moving towards other countries, which is being relocated from China, said Moazzem.

Meanwhile, apparel makers have sought government policy support in attracting Chinese investments and to occupy more market share.

“In tapping the fullest benefits of the trade war, Bangladesh government has to find out the new window of opportunity and comes up with necessary steps in grabbing market share, Mohammed Hatem, a former Vice President of Bangladesh Knitwear Manufacturers and Exporters (BKMEA) told the Textile Today.

With the work orders, investment also is flying from China. And to attract investments and buyer’s attention, Bangladesh has to offer incentives for investors to invest here and develop proper infrastructure, said Hatem.

On top of that, the government should start bilateral negotiation with the US government on how we can increase our trade and should formulate policy to this end, he added.



Au Bangladesh, des syndicats demandent la réintégration de plus de 12.000 travailleurs de l'habillement licenciés

08.03.2019

Dans une lettre du 5 mars au ministre du Travail et de l'Emploi, le Conseil d'IndustriALL pour le Bangladesh (IBC) réclame une intervention immédiate du gouvernement pour que soient abandonnés de faux chefs d'accusation, libérées les personnes emprisonnées et réintégré tous les travailleurs et travailleuses licenciés dans la foulée de la vague de protestations pour une hausse des salaires dans le secteur du prêt-à-porter.

Plus d'une centaine ont été emprisonnés, plus de 12.000 licenciés et des procédures ont été engagées contre plus de 5.000 à la suite des actions de protestation qui dénonçaient la maigreur des hausses de salaires entre décembre 2018 et janvier 2019.

Bien que le gouvernement et l'Association des fabricants et exportateurs du vêtement du Bangladesh (BGMEA) aient promis que ces actions ne seraient pas suivies de représailles, les travailleurs sont soumis à une dure répression.

Les employeurs de 107 ateliers de confection ont profité de l'occasion pour punir des travailleuses et travailleurs innocents pour leur participation à des activités syndicales, la plupart de ceux qui ont été licenciés étant des délégués d'atelier et des syndicalistes. Quelque 2.500 travailleurs des usines de l'East West Group et d'Abonti Color Tex ont été licenciés. Le 26 février, 300 travailleurs de la Garib&Garib Company Limited ont été renvoyés et n'ont pas reçu deux mois de salaires.

Les employeurs utilisent une base de données de plus de 3,5 millions de noms, constituée et tenue à jour par la BGMEA, pour dresser des listes noires de travailleurs licenciés et de militants syndicaux qui ne pourront pas retrouver d'emploi dans une autre entreprise. Après l'effondrement du Rana Plaza, en 2013, il fut difficile d'identifier les victimes parce qu'il n'existait pas de listes fiables, c'est pourquoi fut créée une base de données répertoriant les travailleurs, laquelle est maintenant utilisée pour mettre les travailleurs sur des listes noires.

Beaucoup d'entreprises publient sur leur site Web les photos et les noms de travailleuses et de travailleurs qu'elles ont licenciés, et ceux-ci ont du mal à retrouver un emploi ailleurs.

Le Secrétaire général d'IndustriALL Global Union, Valter Sanches, déclare :

"Nous sommes vivement préoccupés par les violations incessantes des droits des travailleurs au Bangladesh. Il est inacceptable que les employeurs participent activement à cette persécution. Le gouvernement et les grandes marques internationales ne peuvent rester des complices muets et doivent agir sans plus tarder. Nous sommes solidaires de nos affiliés bangladais dans le combat qu'ils livrent pour défendre les droits des travailleurs."

Salauddin Shapon, le Secrétaire général de l'IBC, ajoute :

"Les travailleurs de l'habillement du Bangladesh subissent une répression sans précédent. Les employeurs ciblent les militants syndicaux et licencient des travailleurs selon leur bon vouloir. Beaucoup sont arrêtés sur des chefs d'accusation fabriqués de toutes pièces et ils sont nombreux à redouter une arrestation.

"L'utilisation de base de données, constituées à bon escient, pour dresser des listes noires de travailleurs doit cesser sur-le-champ. Le gouvernement doit agir immédiatement et remettre en liberté ceux qui ont été emprisonnés, réintégrer ceux qui ont été licenciés, et mettre un terme à la répression et au harcèlement des travailleurs."



12:00 AM, March 04, 2019 / LAST MODIFIED: 12:06 AM, March 04, 2019

Garment makers seek duty benefit from US

Star Business Report

Garment manufacturers yesterday urged the US and Bangladesh to sign a cotton purchase agreement so that they could get duty privileges on export of apparel items to American markets and ship more products.

“We have proposed that the US allow us to export garment items to American markets duty-free if we manufacture the apparel items using the cotton from the US,” said Siddiqur Rahman, president of the Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA).

Rahman made the comments at a press conference after meeting with US Ambassador to Bangladesh Earl R Miller. The envoy discussed various trade issues with the apparel exporters at the BGMEA office in Dhaka. He, however, did not talk to the press.

If the US agrees to the proposal, local millers will import cotton from the US under a special arrangement for Bangladeshi apparel manufacturers to make garment items from the yarn and fabrics for American customers, Rahman said. He said under the agreement the US can allow the duty benefit on condition that all the garment items would be made from the yarn and fabrics using American cotton.

Two local spinning mills have already proposed that the government allow them to set up mills in the US to produce yarn there and make garment items in Bangladesh. But, the proposals were not approved, Rahman said.

Earlier, US cotton exporters also raised the issue and the BGMEA agreed to the proposal, according to Rahman.

“Now, it is up to the governments of both sides to take the proposal forward.”

Such trading arrangement in garment business had been incorporated in the now-scrapped Trans Pacific Partnership Agreement keeping Vietnam in mind.

Bangladesh does not produce cotton and meets 98 percent of the requirement through imports. Of the imports, 40 percent comes from India and nearly 10 percent from the US.

“If the US agrees to our proposal, we will increase the cotton import from America,” Rahman said.

The US is the single largest export destination of Bangladesh. Local apparel exporters face 15.62 percent duty on the shipment of garment items to the country as the American government does not allow duty-free import of garment items. Bangladesh exports more than \$6 billion worth of products every year to the US, of which 95 percent are garment items.

The BGMEA also proposed that the US reinstate the generalised system of preferences which was scrapped for Bangladesh in 2013 over poor labour rights and workplace safety.

Replying to a query, Rahman said nearly 4,000 workers were terminated during the labour unrest centred on wage revision in January, not 11,000 workers as claimed by rights groups.

No worker got back their job as they were paid compensation as per labour law, he said.

AmCham rues tariff agreement

| Publication date 15 March 2019 | 11:03 ICT



A truck loaded with garment factory workers drives along National Road 3 in 2017. [Hong Menea](#)

The American Chamber of Commerce in Cambodia (AmCham) has said an end to the Kingdom's access to a US preferential tariffs agreement after the introduction of the "Cambodia Trade Act of 2019" by Washington would be "counterproductive".

Such a move would harm not only thousands of factory workers and their families' livelihoods, but would affect US businesses in Cambodia, an AmCham statement said.

Several US congressmen – including Senators Chris Coons and Ted Cruz, and Representatives Alan Lowenthal and Steve Chabot – introduced the "Cambodia Trade Act of 2019", which seeks to initiate a review of Cambodia's status under the Generalised System of Preferences (GSP) over perceived democratic and human rights setbacks in the Kingdom.

"While we know the desire of our honourable lawmakers to pressure the Royal Government of Cambodia for domestic political actions viewed as unacceptable, we believe this approach to be counterproductive," the statement said.

AmCham said the primary effects should GSP be removed would be felt by factory workers and their families, whose livelihoods depend on the trade supported by the preferential scheme.

Spirit of the trade act

“Additionally, American businesses will suffer from a perceived lack of stability in the Cambodian economy and a further degradation of the trade relationship between our nations,” AmCham said.

The spirit of the 1974 Trade Act, to “provide opportunities for many of the world’s poorest countries to use trade to grow their economies and climb out of poverty”, has been realised in Cambodia, it said.

Through this policy, the US has contributed directly to the improved livelihoods of tens of thousands of low income Cambodians, each of whom used their salaries to feed another five family members.

The US businesses whose goods are produced in these factories have greatly benefited from GSP, while the majority of the monetary value generated from these goods is captured in the US, both on US corporate balance sheets and by US consumers and service workers through retail sales, it added.

“With regards to the official eligibility criteria for GSP, we believe Cambodia’s compliance remains unchanged since GSP was first granted. Workers’ rights and working conditions have made significant progress over the past decade and there continues to be ongoing reform.”

“We believe the use of the GSP review process as a means for sending a political message, which is unrelated to the spirit of the 1974 Trade Act, will drastically decrease the goodwill and progress this system has created among the ordinary Cambodian citizen,” AmCham said.

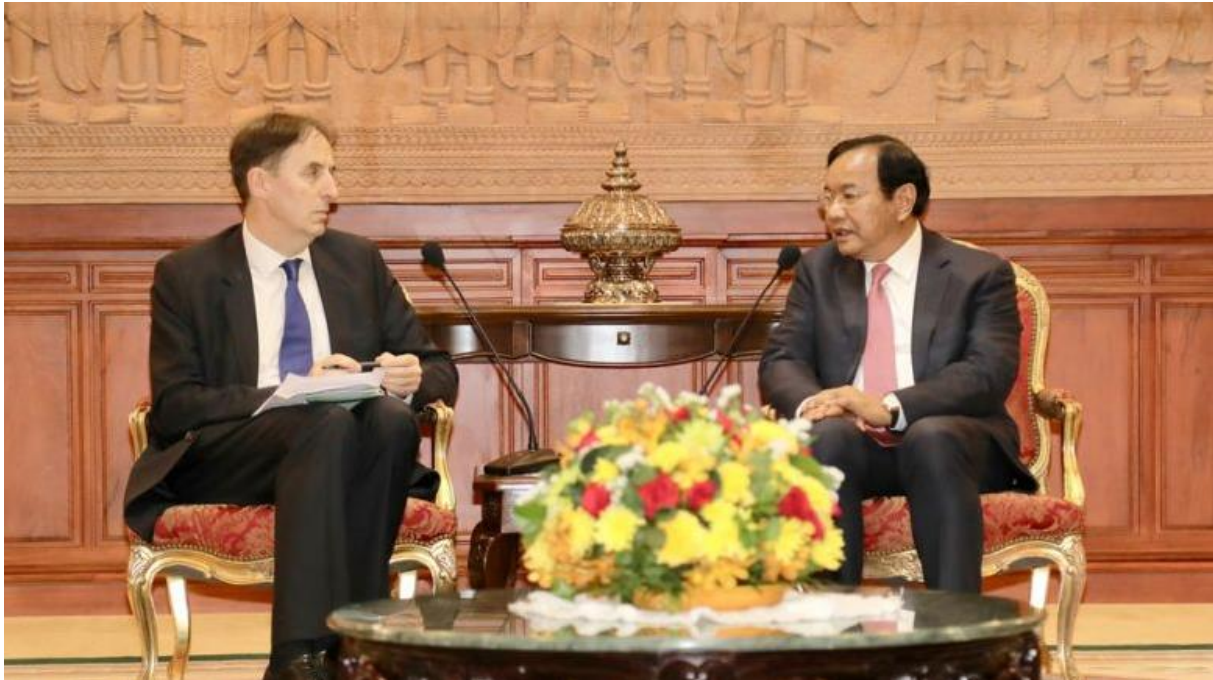
Garment Manufacturers Association in Cambodia (GMAC) deputy secretary-general Kaing Monika previously told The Post that Cambodia has received duty-free access to the US market since July 2016, when 28 travel-goods production lines operating in the Kingdom became eligible for the scheme.

The value of Cambodian travel goods exports amounted to around \$500 million last year, of which \$350 million was exported to the US market, Monika said.



EU team to arrive for EBA talks

[Niem Chheng](#) | Publication date 13 March 2019 | 08:16 ICT



Prak Sokhonn meets George Edgar. An EU delegation is set to arrive in Phnom Penh next week for a two-day official visit. Photo supplied

An EU delegation is set to arrive in Phnom Penh next week for a two-day official visit to discuss the process for withdrawing Cambodia's access to its preferential 'Everything But Arms' (EBA) agreement, officials said on Tuesday.

Join us to celebrate The Riel Day 2019. Do take part in the contest and win exciting prizes by clicking the link [here](#) / For mobile, [here](#)

Meanwhile, analysts have called on the EU to take into account the positive measures the government has made in areas deemed problematic and said to be behind the decision.

"We are expecting a short visit next week by senior officials from the European External Action Service and the EU's Directorate General for Trade."

"I cannot give further details at present," said EU Ambassador to Cambodia George Edgar on Tuesday, declining to elaborate on the agenda of the visit.

Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation spokesperson Ket Sophann confirmed on Tuesday that the EU's EBA team will be in Cambodia next Tuesday and Wednesday.

They are due to meet Minister of Interior Sar Kheng and Minister of Commerce Pan Sorasak on the trip, as well as Minister of Foreign Affairs and International Cooperation Prak Sokhonn on Wednesday.

With the Least Developed Country status, Cambodia has access to the EBA scheme, which allows all goods apart from weapons to be imported into the 28-nation bloc both tariff and duty-free.

But last month, the EU announced it had officially launched the process to withdraw the Kingdom's access to EBA, citing "serious" human rights violations and a backsliding of democracy.

A decision on whether access is taken away is due to come 12 months after the process officially began, according to the withdrawal procedure.

Political analyst Lao Mong Hay said he believed that the EU delegation would like to hear directly and on the spot from the Cambodian government on how much and how far it would heed the EU's five-point human rights demands.

These range from dropping the treason charge against the president of the Supreme Court-dissolved Cambodia National Rescue Party (CNRP), Kem Sokha, to improving laws that the EU considers restrict opposition parties and civil society organisations.

Sok Touch, president of the Royal Academy of Cambodia, said if the EU's move was not "politically motivated", Cambodia would keep its EBA access.

He said Cambodia's human rights and democracy record was better than in Myanmar, which had seen the human rights of its Rohingya minority violated, and the Lao People's Democratic Republic, a state which has never held a democratic election. Yet, both countries have EBA access.

"If the decision is not made in a politically motivated manner, I believe that Cambodia will retain its EBA scheme."

"The Cambodian government is not standing still. It has allowed those who have been banned from political activity to request a return of their political rights. This answers a demand from the EU for democracy," Touch said.

He said if the EU was to give Cambodia credit for this, it would see the other positive things the government had achieved.

In January, King Norodom Sihamoni signed off on an amendment to the Law on Political Parties that gave 118 senior CNRP officials banned from politics the chance to return to the political stage through a process referred to as "political rehabilitation".

Touch said the problem was now with the banned officials themselves if they were to wait for the EU's final EBA decision.

He said the EU's demand for the release of Sokha was not possible as his case was under court procedure, while labour rights, another EU demand, had been improving.

Touch said with the banned politicians having the opportunity to return to politics, Sokha's case proceeding, and the government showing it cared about the garment industry and its workers meant it was working on three areas the EU had mentioned.

"For all of these, the EU should see the efforts the government has made in trying to resolve the issues," he said.

Political analyst Sok Sakoun said it was hard for Cambodia to prove anything to the EU when the matter was politically motivated. He said the situation now centred on the Sokha case.

Leading Chinese textile maker starts to build huge factory in Cambodia

Source: Xinhua|

Monday, March 18, 2019

PHNOM PENH, March 6 (Xinhua) -- Shenzhou International Group Holdings, a leading Chinese clothing manufacturer, on Wednesday broke ground for the construction of a new 150-million-U.S.-dollar garment factory here after operating in the country for 14 years.

Lt. Gen. Hun Manet, deputy commander-in-chief of the Royal Cambodian Armed Forces, and Chinese Ambassador to Cambodia Wang Wentian, attended the groundbreaking ceremony for the factory, dubbed Marvel Garment Co., inside the Phnom Penh Special Economic Zone on the western outskirts of Phnom Penh. Manet said the company's expansion truly reflected its confidence in Cambodia's peace, stability and development.

"Cambodia has become a huge and successful base for the company to produce garments for Nike," he said. "This new investment importantly contributes to helping developing Cambodia's Industrial Development Policy 2015-2025."

Manet, who is also the commander of the Royal Cambodian Army, was confident that with support and incentive provided by the government in combination with the firm's successful experience, the garment maker would continue to grow stronger in years to come.

"The company's success has not only benefited the company itself, but also contributed to boosting Cambodia's economy and creating jobs for Cambodian people," he said.

Ma Jianrong, chairman of Shenzhou International Group Holdings, said the firm had invested in Cambodia since 2005.

"Through 14 years of operation here, we deeply appreciate the supportive policy made by the Cambodian government and the hard work and dedication to jobs by the people in this country," he said.

Sam Ma, an assistant to the general manager of Shenzhou International Group Holdings, said after over a decade in Cambodia, the firm had developed itself into the

biggest textile manufacturer in Cambodia, with an export value of 440 million U.S. dollars in 2018 and employing some 11,500 Cambodian workers.

"On this basis, we decided to make full use of the factory's experience in Cambodia to further expand the production capacity and facilities in Cambodia," he said.

He said the 150-million-U.S.-dollar factory is scheduled to be completed in March 2021.

The assistant added that when completed, the factory will create 17,000 jobs.

Nike's Vice President Mark Griffie said Shenzhou has grown to be one of Nike's largest and most important apparel suppliers.

"The first shipment for Nike from Shenzhou Cambodia was in 2007. From that start 12 years ago, our business together in Cambodia has grown tremendously and today more than 3,000 Shenzhou employees in Cambodia produce products for Nike," he said. "The majority of the Nike products manufactured here serve our customers in Europe."

"Cambodia has been an important country for Shenzhou and for Nike," Griffie said.

"With the new factory that will be built on this site, we look forward to continued growth together in Cambodia for many years to come."

Backing down in fashion apparel industry

Ding Yining

17:42 UTC+8, 2019-03-13



Bosideng, China's largest down-clothing maker, paraded its stylish apparel during New York Fashion Week last September. The company is seeking to make down wear popular beyond the ski slopes. — Photo courtesy of Bosideng International Holdings Ltd

Down apparel is traditionally bulky. Warm in winter, yes, but not fashionably chic in the eyes of consumers who aren't winter sports enthusiasts.

Shanghai-based Bosideng, China's largest down-clothing maker, is out to show that down garments can make a fashion statement beyond just on the ski slopes.

Bosideng International Holdings Ltd, the listed arm of the company, was a star performer on the Hong Kong stock exchange last year. The company has more than 7,000 retail outlets.

After several years of expansion in non-core businesses such as casual wear and the acquisition of overseas garment brands, Bosideng has started to divest businesses that are under-performing or lack market profile. Instead, the company is focusing on its namesake Bosideng instead of others with smaller sales volume such as Snow Flying, Kangbo and Bengen.

“People seek to show their personality, taste and status through fashion items they wear,” said Alina Ma, director of research at Mintel China. “They also care about how they purchase fashion because they want the experience to be fun and relaxed.”

Bosideng said it plans to double its research and development spending in the coming year after its down apparel business of the Bosideng brand recorded more than a 35 percent sales increase last year.

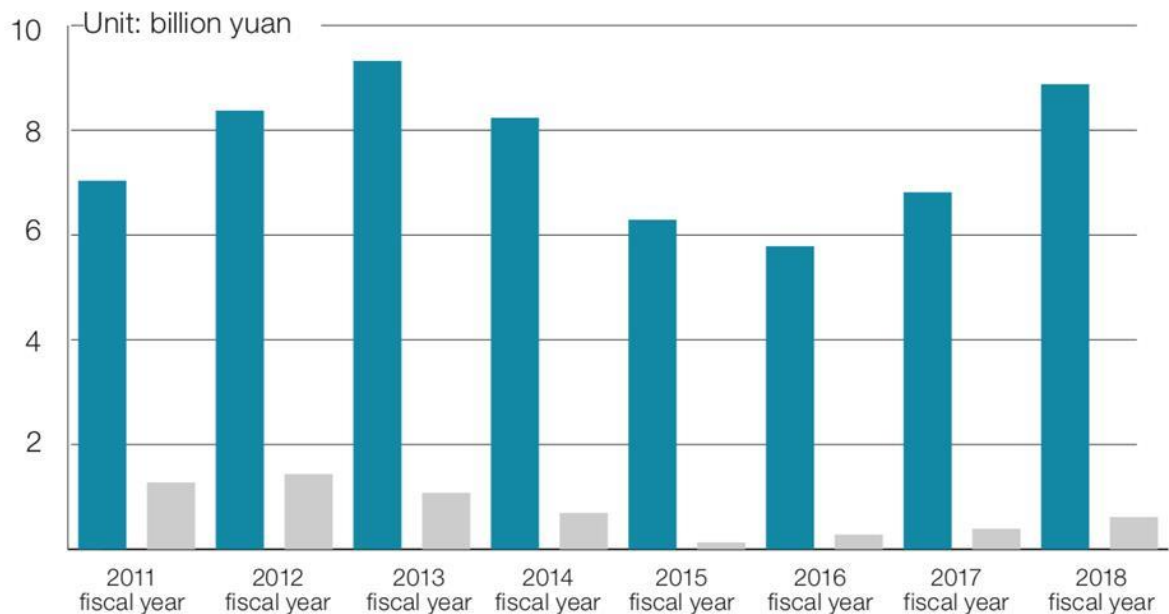
As of late February, accumulated retail sales of down apparel under the Bosideng brand in the fiscal year ending March 30 exceeded 10 billion yuan (US\$1.47 billion).

The company also said it will increase spending on marketing by 50 percent and continue to upgrade its retail outlets.

Fashion weeks have been staged to stress the point that the warm-weather apparel is fashionable beyond the world of fashionistas on the ski slopes. The company is also embracing modern retail strategies such as online sales, celebrity endorsements and pop-up stores at popular shopping areas during autumn and winter.

“Global brands such as Canada Goose and Moncler have posed strong competition, and sportswear, fast fashion and luxury brands are also moving to offer down jackets,” said Rui Jinsong, executive director and senior vice president of the company.

“we’ve been enhancing consumers’ perceptions of Bosideng as a leading brand for down jackets, despite strong competition from rivals at home and abroad,” he added. “our designer collections have proven popular with consumers.”



Chen Jie / SHINE

Revenue and profit of Bosideng International Holdings Ltd.

After several years of expansion in non-core businesses, Bosideng has started to divest businesses that are under-performing or lack market profile. The company's efforts have paid off well.

Note: Bosideng's fiscal year starts on April 1.

Source: Annual report of Bosideng International Holdings Ltd

The company was founded by Gao De-kang, a former tailor.

Mintel said fashion-consciousness in China is moving the apparel market toward more diversified, affordable and innovative items.

For success in global expansion, factory lines must be adapted to new formats and design elements, and companies need to merge international trends with domestic preferences.

“opening up flagship stores in key business districts in major international cities has reaffirmed our brand image and contributed to booming sales,” Rui noted.

Restructuring brick-and-mortar outlets has helped average store sales rise as much as 20 percent.

So far, the company's efforts have paid off well. In the nine months ended December, retail sales of its core Bosideng brand jumped more than 30 percent from a year earlier. As many as 2,600 stores have been remodeled in the past year, and nearly 700 non-performing sites were closed.

Shanghai resident Silky Xie said she bought a 1,500-yuan Bosideng down coat before her trip to the northeastern province of Jilin in December.

"Although it's obviously not for everyday use during winter days in Shanghai, it does provide protection against extreme cold, and the styling looks way better than the down jackets of other brands," she said.

China's retail sales of textiles and garments rose 8 percent in the past year, with total sales volume at 1.37 trillion yuan.

Euromonitor said it expected the apparel market to hit 1.59 trillion yuan this year, with the women's-wear segment growing faster than the market as a whole.

one major competitor for Bosideng is Japan-based Uniqlo. one of its signature products is a lightweight down jacket that has been on the market for at least seven years.

Uniqlo has said it hopes to target consumers who want winter apparel to fit more than one occasion, and that looks chic and light.

Many consumers still regard down as a must-have during cold seasons, and they want an affordable average price of about 500 yuan.

"It's my go-to spot when I need new down coats or vests, and its style stays consistent," said Beijing resident Sammy Chen of Uniqlo apparel. "I want to make sure there's no mistake when I wear this apparel to work or on business trips."

The company's light down jacket comes in a dozen colors and fits with almost all kinds of casual wear. Some of the lines have adopted new materials and coating to make the jackets even lighter and easier to be folded up and put away.

Last year, Uniqlo's parent Fast Retailing reported a double-digit gain in profit on China's mainland.

Bosideng, on the other hand, is more focused on the high end of the market. Only about 12 percent of its down jackets now cost less than 1,000 yuan. A winter parka that costs more than 1,800 yuan accounts for nearly a fifth of its merchandise.

Both Uniqlo and Bosideng were among the top-selling brands for both men's and women's apparel during last November's Singles Day Tmall shopping festival.

Source: SHINE Editor: Wang Yanlin

Curbing Sexual Harassment in China's Garment Industry

March 13, 2019

By Lesley Wynn

Garment and textile workers are among the most vulnerable populations in China, with difficult working conditions, insecure jobs, and low wages exacerbated by a culture of gender-based discrimination and harassment with few institutional protections. [A study](#) by China's Sunflower Women Workers Centre of 134 women workers in China's Guangzhou garment factories found that 70 percent had experienced sexual harassment on the job. But sexual harassment is drawing increased attention in Chinese society, as survivors have begun to stand up in solidarity with movements around the globe to expose harassers and demand justice.

In a recent partnership with the Levi Strauss Foundation, The Asia Foundation's Beijing office designed a program to systematically address sexual harassment in China's textile and apparel industry by equipping workers and employers with tools to prevent and respond to it. Built on The Asia Foundation's years of work protecting garment workers' rights, the two-year program, *Harassment-Free Workplaces in China's Textile and Apparel Industry*, enlisted local partners at the China National Textile and Apparel Council, the largest association of textile and apparel companies in China, and the Beijing Yuanzhong Gender Development Center, also known simply as Yuanzhong, a support center for survivors of harassment and abuse. The project worked on three fronts: promoting industry-wide guidelines to stop workplace sexual harassment, developing stronger legal protections for survivors, and instituting employee education programs.

Industry-wide guidelines

In addition to their ethical responsibility, the project presented employers with a data-based rationale for protecting their employees and promoting gender equality in the workplace, stressing both legal requirements and the real costs and benefits to business. Sexual harassment damages morale and

leads to lost productivity and high employee turnover. In an industry with [over 10 million workers](#) in 2015, small costs from lost productivity can add up fast.



A coalition of legal and labor rights experts, gender experts, and company representatives developed strategies and protocols to promote gender equality and create nondiscriminatory and harassment-free workplaces, which were then instituted in five pilot enterprises in Fujian and Hubei Provinces. Training and mentoring sessions for senior management introduced concepts of gender equality and discussed common discriminatory practices and interventions. By the end of the project, all five pilot sites had established formal gender equality protocols, including promoting women’s leadership, establishing “women workers committees” to represent female employees’ rights and welfare, introducing and enforcing gender equitable human resource policies, and establishing reporting mechanisms that guarantee penalties for harassers and confidentiality for survivors.

Enhanced legal protections

While sexual harassment is illegal in China, and employers are required by law to prevent sexual harassment in the workplace, these laws have some shortcomings that limit their effectiveness, including unclear definitions of sexual harassment and employer liability, and uncertain penalties for offenders. The Asia Foundation and Yuanzhong studied how workplace

sexual harassment is addressed in the judicial system, identifying legal and procedural weaknesses in cases and court trials and suggesting reforms to encourage more survivors to take action.

The team shared its findings from the study, and formal recommendations for legislation, online and in a series of workshops. Legislative proposals developed from the report were also submitted to government agencies, including recommendations that the Ministry of Human Resources and Social Security enact new workplace regulations and add provisions to the Labor Contract Law, and recommendations that the Supreme People's Court provide judicial interpretation of sexual harassment in the workplace.

It is noteworthy that special attention was paid to male survivors of sexual harassment, whose needs tend to be overlooked, and to the existence of same-sex case files that speak to the needs of the LGBTI community.

Employee education

Addressing sexual harassment is not just a technical legal matter. There are complicated dynamics at work. Research shows that survivors are often shamed or blamed by coworkers and management when they report an incident, and while employers should be the first to respond to complaints, workplace culture is often inhospitable to grievances, subjecting survivors to further stigma and discouraging reporting. In order for workers to effectively oppose gender discrimination, more than just the laws have to change. Attitudes and behaviors have to be changed, as well.

The project team held leadership trainings for more than 100 line workers and managers in the pilot garment factories. In addition to workplace sexual harassment, sessions covered practical information and confidence-building skills, including stress and conflict management and gender sensitive communication, and provided guidance on instituting the new operational guidelines. Training recipients then went on to conduct peer education workshops for over 1,800 fellow employees.

While there is still significant progress to be made, it's important to focus on how working communities can come together to champion gender equality and build momentum for a more gender equitable world. With discreet pressure and persuasive economic arguments for businesses themselves to protect workers, increased legal protections, and an educated workforce that knows their rights, China will be one step closer to harassment-free work environments.

Harassment-Free Workplaces in China's Textile and Apparel Industry was made possible by a generous grant from The Levi Strauss Foundation (LSF). For over 15 years, LSF has partnered with The Asia Foundation to provide training to thousands of workers in China in the areas of labor rights, discrimination and abuse, communication skills, sexual and reproductive health, wellness, and stress management.

Lesley Wynn is a project grants associate in The Asia Foundation's Resource Development Department in San Francisco. She can be reached at lesley.wynn@asiafoundation.org. The views and opinions expressed here are those of the author, not those of The Asia Foundation.



China is losing water in US trade war

04.03.2019

Producing goods uses water, and the balance between the two countries is changing, writes Danielle Neighbour



(Image: [Kay Ledbetter](#))

Water is hidden in everything we use, eat and wear. Crops must be irrigated, cotton for clothing must be washed, and fuel sources must be fracked and processed with water. Much like with carbon, water consumption has a footprint. It comprises not only the water we use for drinking, laundry and other daily needs, but also the hidden water in our products.

This “[virtual](#)” water plays a significant role in the global goods trade. As goods are shipped and traded around the world, the water used to make or grow them is therefore also traded. When significant changes in the trade status quo occur, so does a nation’s water imports or exports – and thus its overall water supply.

The US–China trade war is shifting the way water is spent between the two nations. In 2017, China was the United States’ [largest trading partner](#). Before the imposition of tariffs, China exported many water-intensive products to the US, helping to make China the [world’s largest exporter of hidden water](#), and the US the largest importer.

As trade between the two nations stymied, the “water balance” has also changed. For example, China imported [zero soybeans](#) from the United States in November 2018. Compared to November 2017, the 4.7 million tons it imported from the US not only represent [US\\$1.8 billion](#) of lost value for US farmers, but also [5.08 billion cubic metres](#) of virtual water not received by China.

Under this new reality, the US and China must adjust their water budgets or else risk shortages. China's per capita available freshwater supply is one quarter that of the US, making it especially at risk of a water shortage.

Despite the US's significantly larger water resources, China exported a net [2.4 billion](#) metric tons of virtual water to the US in 2012 – enough to [support 6.3 million households for a year](#). Nearly half ([46%](#)) of this imbalance was accounted for by water used to manufacture general machinery and equipment in China, which was then shipped to the US. Another 19% went into textiles. Agriculture accounted for the next largest portion. Machines, clothes and crops are by far the most water-intensive goods traded between the US and China.

Both countries have tariffed many such goods. As trade in them has [slowed](#), the water balance has shifted. Below, a list of tariffed goods from these three industries and their virtual water content (in litres per kilogram) indicates a clear difference in the virtual water tariffed by each country. China's tariffed goods in these categories have approximately double the virtual water content of the US's. As tariffed goods are traded less, this indicates China is now receiving comparatively less virtual water from the US, and the virtual water trade imbalance is increasing.

Water footprint and virtual water trade imbalance

Product	Virtual water content (litres/kg)	Tariffs imposed by China	Tariffs imposed by US
Pork	5988	X	X
Beef intestine	15415		X
Vegetables	322		X
Fresh fruit	962	X	X
Cereals	1644		X
Dried fruit	962	X	X
Wine	610	X	
Rubber	13058		X
Aluminium	88		X
Copper*	74		X
Automobiles	383720	X	
Pipes (steel)	39	X	
Dyes and paints	250	X	
Raw hides and leather	17093	X	
Cotton	2495	X	
Wool	170000	X	
Silk	64103	X	
Total virtual water content (litres/kg)		646222	38513

*Copper's water footprint depends on how it's mined; this figure is an average of open pit and underground techniques. Sources: Waterfootprint.org; WellBeing; URS; USTR; WTO

In addition, overall goods traded, including goods unaffected by tariffs, between the US and China has changed. Since the trade war began in [July 2018](#), the US has actually imported more Chinese goods than it did before. In the three months after tariffs were implemented, [US exports of goods to China](#) decreased by an average of 18% compared to the three months before. However, US imports of Chinese goods increased by 7% in the same period.

Surprisingly, the total trade imbalance of goods has [increased by 17%](#) since the beginning of the trade war – a [10-year high](#). As China exports even more goods to the US, and receives fewer in return, the water imbalance between the two nations will grow further.

For example, China's textiles sector, which makes [65% of all clothing in the world](#), not only uses up to 40,000 litres of water per kilogram of textile, but also creates 600 litres of wastewater per kilogram. This [chemical-ridden](#) water often directly enters rivers and streams. As China continues to export more clothing, it doubly endangers its water supply – first, by sacrificing thousands of litres of freshwater, then again [by polluting its rivers](#). Employing over [10 million workers](#), the future of China's textile industry is uncertain unless its virtual water use is properly managed.

As [trade talks resume](#), the United States and China should take the [world's most precious resource](#) into consideration as they negotiate. As China sends increasingly more of its water abroad in the form of exports, the country's ability to manufacture goods is put at risk. Without considering the impact of virtual water in traded goods, the United States and China risk endangering the very export-oriented industries that rely on an ample water supply.

Le nouveau mannequin asiatique de Vogue suscite une controverse en Chine

French.china.org.cn | Mis à jour le 06. 03. 2019 |



Le post sur Instagram du magazine de mode américain Vogue montrant le mannequin Gao Qizhen a été critiqué par de nombreux internautes chinois, qui accusent le magazine de ne pas mettre en valeur délibérément le mannequin asiatique. D'autres internautes ont toutefois appelé à la compréhension et au respect de la diversité.

La photo publiée dimanche de la mannequin chinoise Gao Qizhen, étudiante en design textile au London College of Fashion, la montre avec de petits yeux, de fins sourcils avec un grain de beauté entre eux et un nez plat. La controverse s'est rapidement déclenchée sur les réseaux sociaux.

Certains internautes chinois ont accusé Vogue de dénigrer les Asiatiques et certains ont même parlé de racisme. « Je me sens offensée par l'esthétique du Vogue », a écrit une internaute, en demandant pourquoi les marques de mode mettent toujours en avant des stéréotypes asiatiques (petits yeux, visage rond), alors qu'elles choisissent de beaux visages occidentaux qui font généralement l'unanimité sur leur beauté.

« En ce qui me concerne, j'en ai assez de ces beautés soi-disant inhabituelles qu'on nous présente. Tout cela est allé un peu trop loin dans un domaine troublant. Est-ce que ce sont des

images intéressantes? Oui. Belles? Non. Faites revenir les beautés classiques, s'il vous plaît. Elles existent dans tous les groupes ethniques », a écrit une autre.

Interrogée sur les accusations vues en ligne, une employée de Vogue à Beijing nommée Zhu a déclaré lundi au Global Times que « Vogue avait probablement l'intention de mettre en valeur des traits orientaux en faisant appel à ce mannequin. Je pense qu'il s'agit de photos sur la culture chinoise, car son maquillage est tout à fait dans le style chinois. »

Tandis que de nombreuses accusations se sont élevées parmi les internautes chinois, d'autres voix ont exhorté la société à être plus tolérante vis-à-vis de styles différents.

Cet incident montre que le concept de beauté se diversifie et qu'il n'obéit plus à une esthétique unique, a déclaré la blogueuse de mode MissCharmingDaxiaojie lundi au Global Times.

« À l'ère de la chirurgie plastique, qui a amené certains à se conformer à des normes de beauté identiques, il est important d'encourager tout le monde à cesser de critiquer l'apparence des autres, à nous accepter et à apprécier notre beauté, ce que le secteur de la mode préconise », a-t-elle souligné.

Gao Qizhen avait été embauchée par Anti-Agency, une agence londonienne qui revendique son goût iconoclaste. « Le terme anti s'applique de manière négative dans certains domaines, mais en ce qui concerne la mode et les mannequins, je pense qu'il remet en question les normes de la beauté et de l'apparence », a déclaré le jeune mannequin à Vogue en février.

Il y a quelques semaines, la nouvelle publicité de la marque espagnole Zara, qui utilise une image du mannequin chinois Li Jingwen montrant son visage couvert de taches de rousseur, a également été critiquée par certains internautes chinois.

Publié le 27/02/2019 | 10:13

La nouvelle route de la soie, terminus Duisbourg

Au terminal intermodal de Duisbourg, même la responsable allemande parle le mandarin. Dans la vallée de la Ruhr, c'est l'une des villes d'arrivée de la nouvelle route de la soie. La Chine ressuscite cet axe commercial mythique pour renforcer son influence et développer ses échanges commerciaux.

La Chine, premier partenaire commercial de l'Allemagne, a décidé de passer par la voie terrestre pour acheminer ses biens de consommation à destination de l'Europe. Dans la vallée de la Ruhr, Duisbourg est l'une des arrivées de sa nouvelle route de la soie. Un gigantesque projet destiné à accélérer ses échanges commerciaux et à renforcer son influence.

Dans cet extrait du magazine "Avenue de l'Europe" de février 2019, voici ce train chargé de conteneurs entrant en gare après douze jours de trajet... et 10 000 kilomètres. Le trajet est subventionné par la Chine : des droits de passage hors de ses frontières sont notamment payés par l'Etat, via une société d'exploitation chinoise. Ce qui permet de brader le coût de transport des conteneurs et de remplir les trains.

Moins cher que l'avion, plus rapide que le bateau

"Ce train est moins cher que l'avion et plus rapide que le transport maritime", explique Yuchen Gan, le jeune intermédiaire chinois qui négocie le transport des marchandises sur ce train pour ses clients internationaux. Il fait venir de Chine 800 conteneurs chaque semaine, chargés de vêtements, produits hi-tech, téléphones portables, pièces automobiles...

Dans le sens retour, le train repartira vers Chongqing chargé de produits allemands (des médicaments et de l'alimentation). L'Etat chinois prend en charge près de la moitié du prix du conteneur. C'est tout bénéfice pour les clients. *"Ici, on a de vraies possibilités de développer nos échanges, expose Yuchen*

Gan. Aux Etats-Unis, on est ciblés, soumis à de nouvelles taxes douanières. Il est important pour nous de travailler avec l'Europe."

Extrait de "Allemagne : l'entrisme chinois", un reportage de Frédérique Maillard-Laudisa et Denis Bassompierre, à voir dans "Avenue de l'Europe" le 27 février 2019. :

Si la Chine investit massivement dans tous les Etats membres de l'Union européenne, l'Allemagne est son terrain de prédilection. Les dirigeants allemands tentent de mettre le holà, mais ils ont du mal à résister aux géants chinois. Un reportage du magazine "Avenue de l'Europe".

L'Union européenne est aujourd'hui la troisième puissance commerciale du monde et échange chaque année l'équivalent de 3 454 milliards d'euros de biens, principalement avec les Etats-Unis et la Chine. Les Européens profitent de la mondialisation, mais beaucoup d'entre eux ne semblent pas en être conscients. Pourquoi ? Quelles armes possèdent-ils contre les attaques commerciales de Donald Trump ou des dirigeants chinois ? "Avenue de l'Europe" se penche sur la mondialisation des échanges.

Petites ou grandes, toutes les entreprises sont visées

La Chine investit massivement dans tous les Etats membres de l'Union européenne (+ 77% en 2016), et l'Allemagne est son terrain de prédilection. Les investissements chinois ciblent toutes les entreprises, petites et grandes, les ports comme celui de Hambourg, et les villes comme la très stratégique cité de Duisbourg dans laquelle arrive le train de la "nouvelle route de la soie". Après s'être laissé faire, les dirigeants allemands tentent de mettre le holà, mais ils ont du mal à résister aux géants chinois, à commencer par le très sulfureux Huawei.

Un premier camion de marchandises relie l'Europe à la Chine

Par : [Sam Morgan](#) | [EURACTIV.com](#) | translated by [Marion Candau](#)

27 févr. 2019



[Photo: IRU]

La première livraison par la route de marchandises européennes est bien arrivée la semaine dernière en Chine. Une bonne nouvelle pour l'Europe, qui espère faire de la nouvelle route de la soie du géant asiatique une voie à double sens.

Ça n'aura pris que 12 jours au camion néerlandais chargé de lubrifiants automobiles pour faire un voyage de 7 400 km de l'Allemagne jusqu'à l'ouest de la Chine, en passant par la Pologne, la Biélorussie, la Russie et le Kazakhstan.

La volonté de la Chine d'utiliser « la Ceinture et la route » pour puiser dans les marchés occidentaux est bien connue, mais l'Europe veut s'assurer que la nouvelle route de la soie

fonctionne dans les deux directions, surtout depuis que la Chine a ratifié la Convention de l'ONU sur le transport routier international (TRI).

L'année dernière, la Chine a effectué sa première livraison par route en Pologne en 13 jours dans le cadre de la TRI, après que le Kazakhstan et la Chine ont ouvert un passage frontalier à Khorgas en septembre.

La société néerlandaise Alblas a fait les deux voyages. « L'avenir du transport routier entre la Chine et l'Europe est radieux », a déclaré le PDG, Siebe Alblas, ajoutant que les essais ont montré que les deux routes étaient « prêtes à devenir totalement opérationnelles ».

Selon lui, les coûts porte-à-porte et les délais de livraison du transport routier sont « hautement compétitifs comparés à d'autres modes de transport ». L'Union internationale des transports routiers (IRU) estime que les coûts pourraient être divisés par deux par rapport à l'aviation et que les livraisons pourraient arriver dix jours plus tôt que par train.

Le tronçon Allemagne-Chine a été réalisé par un seul conducteur et selon un porte-parole de l'IRU, les 12 jours de voyage pourraient être réduits à huit si deux conducteurs s'étaient relayés.

La TRI est opérationnelle depuis la fin des années 1970 et maintenant qu'un couloir existe entre l'Europe et la Chine, les opérateurs espèrent exploiter davantage les règles internationales.

La livraison de la semaine dernière est donc sans que la [douane ait ouvert son chargement](#). Les longues attentes des contrôles douaniers multiplient les couts pour les opérateurs puisque les conducteurs sont payés à l'heure.

La Chine a ratifié la TRI en 2016 et met en œuvre la convention depuis. Le travail préparatoire est néanmoins de taille étant donné que les passages frontaliers doivent être adaptés et les autorités douanières formées aux nouvelles procédures.

Le transport routier fait toutefois face à une concurrence à couteaux tirés puisque la semaine dernière les compagnies ferroviaires européennes se sont aussi tournées vers l'avenir en promettant de doubler la quantité de cargaisons transportées par train d'ici à 2030.

Lors d'un évènement à Bruxelles le 20 février, les exploitants ferroviaires ont prévenu que le transport de marchandises représentait 10 % du total des émissions de CO₂ et que cette proportion élevée était en partie due au fait que 75 % des cargaisons étaient transportées par la route.

Inditex, de très loin numéro un mondial de la mode, peut dire merci à ses ventes en ligne

JEAN-NOËL CAUSSIL |

Publié le 14/03/2019

Inditex a réalisé en 2018 un chiffre d'affaires de plus de 26 milliards d'euros, en croissance de 3%. Ses ventes en ligne ont, elles, bondi de 27% pour atteindre 3,2 milliards d'euros.



Zara est présent, en tout, dans 202 marchés dans le monde.© Zara

Inditex a réalisé, en 2018, un chiffre d'affaires de 26,145 milliards d'euros. Cela représente une croissance de 3% sur un an (+7% à taux de change constant), et laisse le groupe espagnol être, de très loin, le numéro un mondial de la mode. **H&M, son rival historique, a**

en effet tout juste dépassé les 20 milliards d'euros de ventes de son côté, à titre de comparaison.

Des ventes en ligne en croissance de 27%

Si cette performance d'Inditex a déçu les marchés – les analystes, gourmands, s'attendaient à mieux ! – elle n'en reste pas moins assez exceptionnelle, avec ses 3,44 milliards d'euros de bénéfice net engrangés. Elle est, surtout, portée par le très grand dynamisme des ventes en ligne, annoncées sur l'année 2018 en croissance de 27%, pour atteindre 3,2 milliards d'euros. Ce sont ainsi, désormais, 12% du chiffre d'affaires global d'Inditex qui sont réalisés par ce canal de distribution.

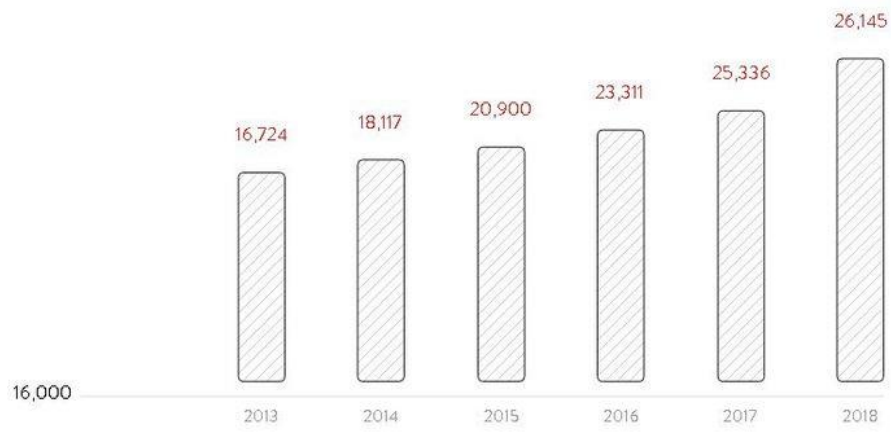
Les facteurs d'explication de ce grand bond en avant ? Les 106 nouvelles plates-formes en ligne ouvertes dans l'année par des marques comme Massimo Dutti ou Uterqüe, qui couvrent désormais respectivement 184 et 148 marchés, quand Zara, la marque phare du groupe, est de son côté vendue dans la bagatelle de... 202 marchés. Inditex a, en tout, reçu près de 3 milliards de visites en ligne sur ses sites, soit 500 millions de plus sur une année.

Des magasins plus grands par ailleurs

Autant de chiffres à mettre en perspective avec les 7490 magasins exploités par Inditex dans ses 96 pays de présence. Des magasins qui, d'ailleurs, soit dit en passant, changent radicalement : avec une moyenne désormais de près de 2200 m² de surface de vente, un Zara de 2019 est 50% plus grand qu'un magasin de la même enseigne ouvrant en 2012. Le signe que le commerce change, aussi bien en ligne que via les canaux historiques.

NET SALES

■ € millions



Fast fashion : Tekyn lève 1M€ pour ses technos de production de vêtements à la demande

FLORE FAUCONNIER

Publié le 11/03/2019

Ne produire que ce qui sera vendu, c'est la promesse de Tekyn aux ateliers de confection et aux marques de fast fashion. Les bénéfices : développement durable et amélioration du BFR.



Tekyn

lève 1M€ pour ses technos de production de vêtements à la demande © Tekyn

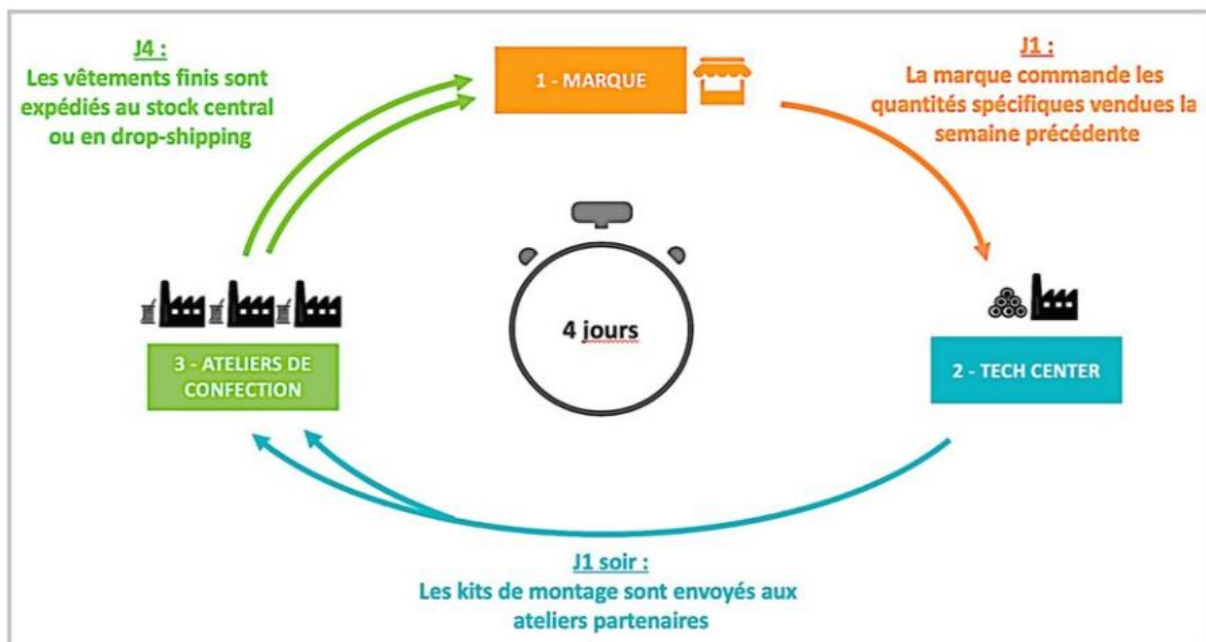
- La galaxie Mulliez crée Fashion Data, alliance data anti-Amazon d'enseignes de mode
- Mode : Dix ans d'errements... Et maintenant ? [Analyse]

Tekyn annonce avoir levé 1 millions d'euros auprès d'investisseurs privés, de la BPI et de la région Ile de France. Cette start-up, fondée en octobre 2017 par Pierre de Chanville et Donatien Mourmant et incubée chez Look Forward (l'incubateur de Showroomprivé), développe des technologies – logicielles et machines – permettant la production à la demande, industrielle et automatisée, de vêtements en circuits courts (quatre jours seulement). Cet apport de capital va lui permettre d'accélérer de développement de ses technologies et d'étendre son offre à l'échelle industrielle.

Ses clients sont les marques de prêt-à-porter et les ateliers de confection, auxquels Tekyn permet de produire uniquement la quantité nécessaire. Côté marques, la start-up propose de les réapprovisionner de façon dynamique, en réajustant chaque semaine le stock minimal nécessaire pour couvrir une semaine de ventes. En évitant les sur-stocks comme les ruptures, la marque y gagne en BFR mais progresse aussi en matière de RSE. Côté ateliers, l'automatisation des étapes amont de la production permet d'atteindre une production en flux tendu. Les économies et l'amélioration du service à la marque cliente qui en découlent compensent le surcoût d'une production locale, ajoute Tekyn. A l'heure actuelle, la start-up travaille déjà avec Cache-Cache, [Camaïeu](#), Le Slip Français et 1083.

Concrètement, comment cela fonctionne-t-il ? Tekyn a développé des technologies pour les ateliers de confection, par exemple en matière de découpes placées de précision à partir d'acquisition

d'image et d'algorithmes ad-hoc, ou encore de marquages permanents ou non. Ceci lui permet de disposer d'une chaîne de production automatisée à 100%, alliant robotique, automatismes et des technologies logicielles qui fluidifient et structurent les cycles de production. Les ateliers ont accès à la demande à ces centres de pré-production, sans devoir eux-mêmes investir dans cet outil industriel. Les marques peuvent donc basculer d'un schéma de commande figée à une logique de réservation de capacité, qui permet de ne produire que ce qui sera vendu.





Comment le SCA s'attaque à la crise de l'habillement

Actualités [Nathan Gain](#) 6 mars, 2019

Loin des catwalks de la Fashion Week de Paris, l'habillement reste une source majeure de mécontentement pour les militaires français. Fragilisé et insuffisant, ce pôle majeur est à présent l'objet d'un vaste plan de modernisation mené par le Service du commissariat des armées (SCA), annonçait dernièrement son directeur central, le commissaire général Stéphane Piat, devant la Commission défense de l'Assemblée nationale.

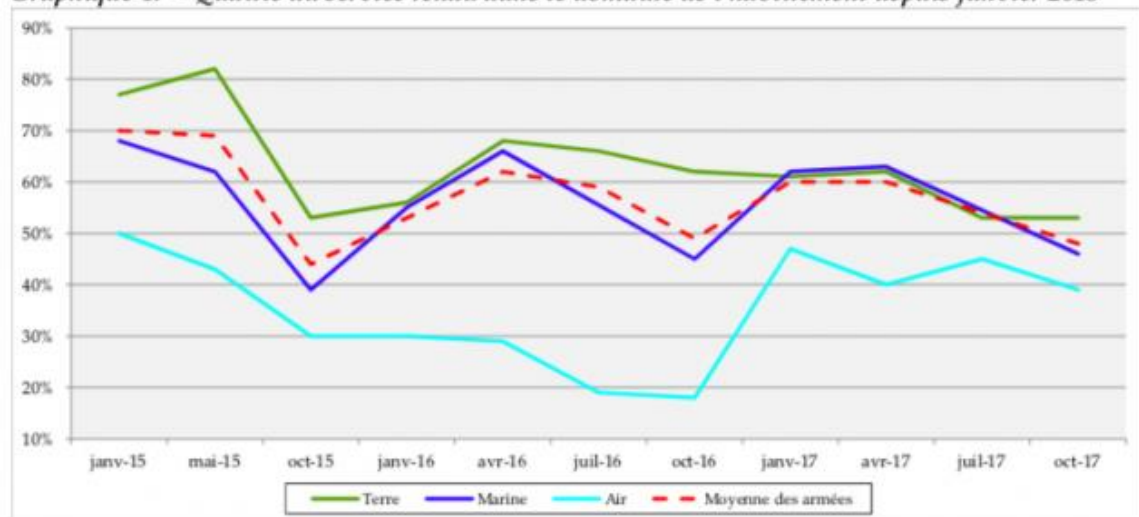


Les nouveaux treillis F3 de l'armée de Terre, en cours de livraison sur les théâtres extérieurs (Crédit: armée de Terre)

Entre la déflation des ressources humaines, une sous-capitalisation chronique et des outils et processus datés, la qualité du soutien n'aura été maintenue que par des moyens financiers importants (500M€ par an) et, surtout, par le professionnalisme et l'engagement du personnel du SCA, constate le CRGHC Piat. Le statu quo étant

inenvisable au vu de la remontée en puissance des armées, son entrée en fonction en 2016 donna le coup d'envoi du plan SCA 2022, vaste processus de transformation destiné à renforcer le soutien de proximité et à en moderniser la qualité. Manifestement, les 18 mois consacrés au travail préparatoire n'auront pas été de trop pour échafauder les 14 chantiers qui structureront l'évolution du service, à commencer par celui de l'habillement. De fait, malgré les efforts déjà consentis et un budget annuel de 230M€, le taux de satisfaction du pôle habillement plafonne difficilement à 55%, contre 75%, par exemple, pour la fonction transport. Bien que paraissant accessoire, cette question « *continue à peser sur la vie quotidienne des militaires, la fragilité des processus conduisant à des ruptures d'approvisionnement y compris pour des effets de service courant ou des tenues de cérémonie* », rappelait le dernier rapport annuel du Haut comité d'évaluation de la condition militaire.

Graphique 47 - Qualité du service rendu dans le domaine de l'habillement depuis janvier 2015



Source : centre interarmées de coordination du soutien (CICoS).

Champ : éléments issus des comptes rendus élaborés par l'armée de terre, la marine et l'armée de l'air à partir du SI CHEOPS, du SI SILLAGE, des SIAs (SI métier) et des comptes rendus trimestriels des formations soutenues et mensuels des ComBdD.

Lecture : en octobre 2017, 39 % des formations de l'armée de l'air sont satisfaites de la qualité du service rendu dans le domaine de l'habillement.

La courbe de satisfaction du pôle habillement, en baisse depuis 2016 (Crédit: HCECM/CICoS)

Héritées des réformes passées, les difficultés du pôle habillement sont avant tout structurelles et résultent de la conjonction d'une poignée de facteurs, à savoir l'« *absence de système d'information logistique de bout en bout, tissu industriel fragile et peu réactif, gamme encore trop large d'articles et de références, règles de gestion complexes* », énumère le CRGHC Piat. En conséquence, le SCA a dû trancher entre l'externalisation de cette compétence ou sa modernisation. La seconde option l'a emporté, avec une première mise en œuvre prévue dès le mois prochain et l'ouverture d'un nouvel entrepôt logistique 2.0 à Châtres (Aube). Une étape préliminaire accompagnée de

travaux sur les uniformes féminins, « *afin de permettre une meilleure intégration des femmes dans la communauté militaire* », mais aussi de la généralisation de la distribution par correspondance, « *qui débutera en juin par l'armée de l'Air* ». Car c'est un fait, répondre à l'enjeu de la digitalisation permettra de dégager de la productivité et d'affronter sereinement la crise des effectifs vécue par le SCA, ajoute le CRGHC Piat.

Mais la modernisation du volet habillement commence dès l'étape d'approvisionnement et doit nécessairement inclure le rôle de l'acteur industriel dans ses réflexions. Cette filière est aujourd'hui composée à 80% de fournisseurs français, dont la moitié sont des PME. Leur place dans la boucle du soutien est donc primordiale et les actions envisagées doivent dès lors être combinées avec « *une rénovation en profondeur de la stratégie d'approvisionnement en lien avec nos fournisseurs* ». À ce titre, le dossier du treillis F3, à la fois le plus récent et le plus médiatique, se retrouve logiquement au cœur des préoccupations des députés.

Livrés à 245 000 pour la seule année 2019, ce treillis de nouvelle génération sera commandé à près de deux millions d'exemplaires sur la période de la LPM. Autrement dit, la technicité des treillis et le volume sont proportionnels aux attentes adressées aux industriels par le SCA. Le défi est de taille et se révèle propice à l'établissement d'une nouvelle « *politique contractuelle cohérente* » susceptible d'apporter de la visibilité aux fournisseurs. « *Des actions sont notamment en cours pour le F3 et la SMB [structure modulaire balistique], visant à associer pleinement les partenaires français* », explique le SCA. Les cas de l'AIF et du FR-F2 avaient annoncé la couleur : la disparition des filières et les menaces qui pèsent sur celles subsistantes est désormais au cœur des préoccupations. C'est pourquoi, parmi la valse de questions, les députés sont longuement revenus sur la sous-traitance des premiers contrats de production du F3, qui n'est pas tout à fait à 100% « *Made in France* ». « *La procédure de réalisation de cet effet est décomposée : les tissus sont achetés à certains fournisseurs, notamment français, et la confection des treillis est réalisée par d'autres* », précise le CRGHC Piat. Si les deux opérations sont régies par un cahier des charges précis, la phase de confection n'implique *in fine* que deux entreprises françaises sur les cinq sélectionnées, les trois autres étant belge, roumaine et bulgare.

Un non-choix que le directeur du SCA explique par la destruction de la filière française de l'habillement par la concurrence internationale au cours des 40 dernières années. « *Il n'existe quasiment plus de confectionneurs militaires sur le territoire national. Nous cherchons à les aider, mais il faut savoir que la plupart confectionnent nos tenues ailleurs* –

en Afrique du Nord et à Madagascar notamment, mais aussi au sein de l'Union européenne », déclare-t-il. S'il reste visiblement quelques exceptions françaises, « cette possibilité devient très limitée ». La pérennisation de ce secteur passera sans doute par une adaptation de certains critères de sélection, à commencer par celui du chiffre d'affaires minimal. « Je viens d'ailleurs d'arrêter une procédure car les critères de chiffre d'affaires écartaient la candidature d'un trop grand nombre d'entreprises françaises », explique le CRGHC Piat. Reste que, si ce dernier se dit attentif à entretenir le lien avec le tissu industriel français, les entreprises concernées devront en échange faire preuve d'une plus grande réactivité, avertit-il.

Secteur en crise: comment sauver le textile...

[8 MAR 2019](#)



Au jardin de la Compagnie hier, des ouvriers sont venus rechercher des réponses à leurs nombreuses questions.

À ce jour, une entreprise, Palmar Ltée, a été liquidée et une deuxième, Future Textiles, de Ram Mardemootoo, a été mise en «*receivership*». Une troisième, *Tex Wash*, dont les associés sont Ram Mardemootoo et Bernard Maigrot, pourrait mettre la clé sous le paillason dans les jours à venir. À plus brève échéance, quatre entreprises de textile enregistrées auprès de la *Mauritius Export Association* (MEXA) pourraient leur emboîter le pas si l'on se base sur un test de solvabilité à un moment précis de leur vie comptable. Résultat des courses : quelque 3 000 travailleurs pourraient potentiellement se retrouver sur le pavé si le gouvernement reste inactif face à ce drame industriel dont les effets collatéraux pourraient atteindre de nombreuses familles.

Bien qu'il ne connaisse pas de manière détaillée les problèmes auxquels font face les entreprises en difficulté actuellement, Amédée Darga, directeur de *StraConsult* et ancien président d'Enterprise Mauritius, rappelle que la crise dans le secteur est cyclique. «*Ce*

n'est pas la première fois que le secteur fait face à des crises. Des crises, il y en a eu dans les années 70, 80 et en 2008», explique-t-il.

Le textile est confronté à deux principaux défis tant à l'international qu'au niveau local, poursuit-il. Sur le plan international, les opérateurs mauriciens assistent à une *«évolution dans le caractère»* de leurs principaux marchés alors qu'au niveau interne, les entreprises font face à des problèmes relatifs à la productivité ainsi qu'à une hausse des coûts de production, entre autres. Les crises étant cycliques, il est donc possible d'en déceler les signes précurseurs en amont, avance Amédée Darga.

Or, il se dit *«fortement étonné»* que les autorités concernées n'aient pas eu vent de la situation afin d'agir le plus tôt possible pour endiguer la crise. De souligner que lorsqu'il était chez *Enterprise Mauritius*, des membres du personnel suivaient régulièrement la situation dans l'industrie à travers des rencontres avec les entreprises, les ministères ainsi que les autres parties prenantes, ce qui permettait d'anticiper les crises. *«Je suis très étonné qu'il n'y ait pas eu un seul mot de la part du ministère de l'Industrie sur le sujet. Il aurait dû y avoir une réaction à ce jour»*, soutient Amédée Darga.

Dans les milieux proches du ministère, l'on fait ressortir que des fonctionnaires font des suivis auprès des entreprises de manière continue. De faire ressortir qu'il faut analyser la situation au cas par cas et ne pas attribuer les problèmes actuels à l'ensemble de l'industrie.

L'AXE Mada-Maurice

Contactée, la MEXA ne souhaite pas faire de commentaire pour l'heure. L'association souligne qu'elle travaille en étroite collaboration avec le gouvernement sur ce dossier.

La MEXA a soumis une série de recommandations pour relancer le secteur à Maurice dans son dernier mémoire budgétaire en 2018. Sa vision : faire de Maurice un *«Fast-Fashion, Regionally Integrated Textile & Apparel Hub»*. L'objectif étant de transformer la tendance vers la délocalisation en opportunité pour le secteur du textile et de l'habillement au niveau local.

«Les exportations du textile et de l'habillement ainsi que le nombre d'opérateurs ont considérablement chuté en 2016», observe la MEXA. La principale raison de ce déclin est la délocalisation de certaines entreprises textiles vers Madagascar. À 2018, les entreprises textiles mauriciennes contribuaient à 80 % de la valeur totale des exportations de l'habillement de Madagascar. «Les exportations textiles de Maurice et Madagascar combinées donnent un chiffre d'affaires de Rs 60 milliards par an», souligne l'association.

Raison pour laquelle la MEXA y voit une réelle opportunité pour le secteur à Maurice. «Combinée aux atouts de l'industrie à Madagascar, notre région est devenue une option d'approvisionnement viable qui offre une réponse rapide, qualitative et conforme aux normes sociales que requièrent de nombreux clients sophistiqués du monde entier.»

Test de solvabilité

Maurice possède donc toutes les caractéristiques pour devenir un hub régional pour le secteur textile dans l'océan Indien, selon la MEXA. Pour ce faire, elle recommande que le volet des services soit domicilié à Maurice, soit les tests en laboratoire, l'expertise technique ou encore le marketing, entre autres. De plus, l'association est d'avis que la confection d'habillement de gamme plus basse devrait être effectuée sur la Grande île, alors que les produits de gamme moyenne ou haut de gamme devraient être fabriqués à Maurice, exploitant ainsi l'axe Maurice-Madagascar. La liste des entreprises de l'industrie du textile en danger risque potentiellement de s'allonger si l'on se base uniquement et spécifiquement sur leur bilan financier. L'initiative de cette analyse revient au bureau du *Registrar of Companies*. Un test de solvabilité réalisé auprès de 32 entreprises enregistrées auprès de la MEXA démontre ainsi que quatre d'entre elles se trouvent en posture embarrassante. Ce qui signifie qu'à un moment donné, elles ont eu du mal à honorer leurs obligations à partir des moyens disponibles au niveau de leur trésorerie. Ces entreprises sont *Jack Tellor International Ltd*, *Nouvelle Lingerie Mauricienne Ltée*, le *Tricot Ltée* et *Tara Knitwear*.

Il faut toutefois préciser que l'analyse du bureau du *Registrar of Companies* concerne les comptes pour des périodes spécifiques. Pour *Jack Tellor International Ltd* et la *Nouvelle Lingerie Mauricienne Ltée*, cette analyse concernait l'exercice financier se terminant au 31 mars 2018 et 31 décembre de 2016, respectivement. L'exercice financier pour *Tricot Ltée* et *Tara Knitwear* se terminait au 31 mars 2016 et 31 décembre 2017, respectivement.

Leur caractéristique commune est que la valeur totale de leurs passifs, c'est-à-dire les obligations envers les actionnaires et les créanciers à court et moyen termes, est bien au-dessus de la valeur de leurs actifs. Ceux-ci se rapportent aux actifs convertibles pouvant être convertis en liquide dont dispose une entreprise. Parmi, la valeur du stock, le montant des dettes non réglées de la clientèle et le montant des biens immobilisés. Si l'actif net est négatif, il est clair que l'entreprise n'a pas les ressources propres pour financer ses besoins.

Un test de solvabilité négatif à un moment donné ne veut pas nécessairement dire que l'entreprise va fermer ses portes. Elle a certes des difficultés mais celles-ci ne sont pas irréversibles. Les actionnaires peuvent décider de faire un effort et augmenter le capital de l'entreprise. Ayant reconnu le potentiel d'une entreprise à réaliser des bénéfices, une banque peut décider de lui consentir des emprunts. La preuve est que dans le répertoire du bureau du *Registrar*, *Jack Teller International Ltd*, *Nouvelle Lingerie Mauricienne Ltée* et *Tara Knitwear* sont bel et bien en place. Seul le nom de *Tricot Ltée* est introuvable.

De la même façon, un certificat de solvabilité positif n'est pas une garantie que tout est pour le mieux. L'analyse du bureau du *Registrar*, par exemple, sert un certificat de solvabilité à *Future Textiles* en se basant sur le bilan pour la période se terminant au 30 juin 2018. Un peu plus de six mois après, *Future Textiles* fait l'objet d'une procédure de mise en liquidation judiciaire.

Government clears scheme to rebate central, state embedded taxes for textiles sector

The decision was taken at a meeting of the Union Cabinet chaired by Prime Minister Narendra Modi here.

Updated: Mar 07, 2019, 09.07 PM IST

NEW DELHI: The Union Cabinet Thursday approved a scheme for rebate of all state and central embedded levies for apparel and made-up textile segments, which would make shipments zero-rated, thereby boosting the country's competitiveness in export markets.

Addressing a press conference here, Textiles Secretary Raghvendra Singh said the decision was needed as incentives for apparel and made-ups under the Merchandise Exports from India Scheme (MEIS) were not WTO compatible anymore.

"The MEIS scheme offered 4 per cent support which was not available beyond December 31," Singh told reporters.

He said rates under the Remission of State Levies (RoSL) have been revised upwards for garments and made-ups, and centrally embedded levies outside the ambit of GST have been added to the scheme, which will "more than offset" incentives not available under MEIS for apparel and made-ups.

The decision assumes significance as shipments from neighbouring countries like Sri Lanka, Bangladesh and Vietnam enjoy zero duty access to the EU, which is the biggest export market for India's apparel sector.

"However, our exports to the European Union have to face a tariff disparity of around 9.6 per cent. We were facing acute competition in this business where profitability is quite marginal," Singh said.

The made-up segment of textiles includes products like bedsheets, blankets and curtains.

"Our endeavour will also be to extend these benefits to exports of fibre, yarn and fabrics. A committee will be set up to examine if similar incentives can be extended to these segments," Singh said.

According to him, the revenue foregone estimate due to the decision has been pegged at Rs 6,300 annually.

The inter ministerial committee as well as the norms committee of the Department of Commerce shall from time to time assess the impact of this decision and tweak it wherever needed, Singh said.

Currently, Remission of State Levies (RoSL), which is to offset indirect taxes levied by states such as stamp duty, petroleum tax, electricity duty and mandi tax that were embedded in exports, is provided to textiles exporters.

"The decision which also extends rebate up to March 31, 2020, will greatly benefit apparel & made-ups manufacturers/exporters," Textiles Minister Smriti Irani said in a tweet.

She said the apparel and made-ups have a combined share of 55 per cent (around USD 21 billion) in the total Indian textile export basket and the decision to enhance rebate will have a direct impact on these segments, thereby increasing competitiveness of India's textile exports globally.

The decision also entails change in disbursal mechanism whereby the rebate of all embedded state and central levies will be done through the Scrip System.

"Fulfilling one of the primary demands of the industry, Rebate of State and Centre Levies/Taxes will be done through IT-driven Scrip System thereby preventing delay & ensuring speedy disbursal," Irani said in another tweet.

The decision will enable the government to take various measures for making exports of apparel and made-ups zero rated.

"The proposed measures are expected to make the textile sector competitive. Rebate of all embedded state and central taxes/levies for apparel and made-ups segments would make exports zero-rated, thereby boosting India's competitiveness in export markets and ensure equitable and inclusive growth of textile and apparel sector," an official statement said.

A senior official said under RoSL, in apparel, previously there was a maximum rate of 1.7 per cent which has been revised to a maximum of 3.6 per cent.

The rate of central levies on apparel was a maximum of 2.45 per cent which means effectively the rate on apparel has gone up from 1.7 per cent to 6.05 per cent.

The official said for made-ups, previously the maximum RoSL rate was 2.2 per cent which has been revised to 5 per cent, plus central levies with a maximum rate of 3.2 per cent, taking the overall rate from 2.2 per cent to 8.2 per cent.

US GSP withdrawal impact marginal: Indian textile bodies

15

Mar '19



The US withdrawal of preferential [trade](#) benefits to India under the generalized system of preferences (GSP) will not have a major impact on the [country's](#) [textile](#) sector, according to Indian textile industry associations. The withdrawal will have marginal impact, said Ganesh Kumar Gupta, president of the Federation of Indian Export Organisations (FIEO).

FIEO was set up by the Indian ministry of commerce.

Despite marginal impact of the decision, the Confederation of Indian Textile Industry (CITI) will take up the matter with the commerce ministry, said its chairman Sanjay K Jain.

“We don’t see any major impact. The move seems to be a knee-jerk reaction to support major online/e-commerce players, who seek to destabilise Indian economy. It is detrimental to India’s free e-commerce policy,” said Raja Shanmugam, president of Tiruppur Exporters’ Association (TEA).

There are 15 products in the readymade garments (RMG) category under US GSP, which contributes to \$586.58 million RMG imports of US. India’s share in the segment is \$17.97 million. The most favoured nation (MFN) tariff in 15 products varies from 0.86 per cent to 14.60 per cent, in which India gets duty access with cent per cent margin of preference, said Jain.

These 15 items contribute only 0.46 per cent to India's apparel exports, in which bulk of the benefit is concentrated on silk woven clothing for women, which comprises 58.5 per cent of India's total trade under GSP.

The figures have been identified on the basis of current trade with the United States, and 11 products have negligible impact on India's apparel exports to the country, Jain pointed out. The GSP preferential items that may lose the status only contributes 0.5 per cent of India's apparel exports, he said.

Some of the products eligible for US GSP include gloves, mittens and mitts.

Shawls, scarves among other items, not knitted or crocheted, containing 70 per cent or more by weight of silk or silk waste will see moderate impact.

FIEO also said as India is predominantly exporting intermediate and semi-manufactured goods to the United States under the GSP, the same has helped in cost effectiveness and price competitiveness of US downstream industry.

Therefore, GSP withdrawal will also impact the competitiveness of many manufacturing sectors and will hit the consumers at the same time, it said in a statement. The import price of most of the chemicals products, which constituted a large chunk of India's exports, is expected to increase by about 5 per cent.

The withdrawal of GSP benefit will also hit the import diversification strategy of United States where it is keen to replace China as the main supplier to other developing countries, FIEO added. (DS)

Parc industriel à Madagascar : 80 hectares réservés pour l'industrie textile mauricienne

11 MARS 2019



« Madagascar ambitionne de redevenir le grenier de l'Océan Indien. Les produits agricoles malgaches pourront être exportés pour approvisionner Maurice ».

Le président malgache a ainsi exprimé son souhait de voir Madagascar exporter ses produits vers Maurice dans les mois prochains. Une position affichée sur le sujet à l'issue d'une session de travail en ce lundi 11 mars 2019 entre Andry Rajoelina et Pravind Jugnauth du côté du bureau du Premier ministre.

Le président malgache Andry Rajoelina a également avancé dans ses déclarations officielles devant la presse que « Madagascar pourra fournir les 50 000 tonnes de maïs que Maurice importe chaque année », tout en précisant que « pourquoi aller chercher plus loin ce qu'on peut trouver juste à côté ».

Accord d'entraide judiciaire sur le plan pénal entre l'île Maurice et Madagascar

Andry Rajoelina a également annoncé un accord d'entraide entre nos deux pays sur le plan judiciaire, et ce, notamment en matière pénale.

Les étudiants malgaches et mauriciens pourront aussi bénéficier d'une augmentation du nombre de bourses et de stages effectués entre les deux nations.

Par ailleurs, le président malgache a aussi souligné qu'en ce qui concerne le projet de parc industriel à Madagascar, les entrepreneurs mauriciens sont les bienvenus pour investir sur place. Et selon lui les investisseurs mauriciens ont déjà montré un intérêt certain pour ce projet.

Le parc industriel sera construit sera quelque 600 hectares, dont 80 hectares seront réservés aux entrepreneurs mauriciens pour l'industrie textile mauricienne à Madagascar.

Par ailleurs, le président malgache a souhaité que plus de touristes étrangers viennent visiter la Grande Ile. Et que les 300 000 visiteurs annuels puissent passer en cinq ans à 800 000 voyageurs.

Pour rappel, la compagnie Air Mauritius va ouvrir prochainement un septième vol par semaine à destination de la capitale malgache et l'aéroport international d'Ivato.

A bâtons rompus avec des ouvrières du textile

Par Wiam Markhouss_Le 8 Mar, 2019

BIEN QUE LES CONDITIONS DE TRAVAIL DIFFERENT D'UNE ENTREPRISE A L'AUTRE, LES DROITS SOCIAUX DES OUVRIERES SONT SOUVENT BAFOUES. ELLES AURAIENT PREFERE JOUIR DE MEILLEURES CONDITIONS : UN SALAIRE HORAIRE QUI PASSE DE 13,46 DH A 15DH, UNE RETRAITE A 50 ANS... IL Y EN A MEME QUI PREFERERAIENT RESTER A LA MAISON POUR, AU MOINS, MIEUX S'OCCUPER DU FOYER.

Nous en avons rencontré quelques-unes durant la pause-déjeuner entre 12h et 13h, à la sortie de l'usine entre deux marchands ambulants de sandwiches et de plats préparés à la va-vite. Les jeunes ouvrières du secteur textile à peine embauchées sont très discrètes, les plus anciennes plutôt loquaces. Elles évoquent des conditions de travail très difficiles dans cette usine du sud de Casablanca. « Nous avons certes des horaires fixes de travail de 8h à 17h30. Par contre, les heures supplémentaires, non payées, sont à rallonge particulièrement lorsque les commandes pour l'export se multiplient. Dès lors, on ne compte plus les heures de travail. Le transport du personnel ne nous attend pas », déplore une ouvrière de 53 ans qui a, à son actif, 30 ans de service.

Les salaires versés le 10 de chaque mois varient d'un mois à l'autre. Plusieurs d'entre elles sont payées en cash parce que ne disposant pas de compte bancaire malgré les diverses caravanes dédiées à la bancarisation de cette population. « Le mois dernier, j'ai perçu 2000 DH. Ce mois-ci, j'ai eu droit à 1900 DH. Je ne comprends pas leur mode de calcul. S'ils retranchent une partie de nos salaires pour absentéisme ou retard, pourquoi n'est-on pas rémunéré sur les heures sup ? Autre injustice, les jours de congés sont travaillés et non payés », déclare une autre ouvrière mariée, sans enfants. Le droit du travail n'est pas appliqué dans cette entreprise où les ouvrières regrettent un management absent et « je-m'en-foutiste ». « Depuis que le directeur de l'usine a repris l'entreprise, nous pâtissons d'énormes problèmes. Dernier en date, le manager a décidé de mettre en place une machine à repasser le linge en plein atelier. Nous suffoquons à cause de la chaleur », se plaint-elle.

Malgré un faible niveau d'instruction, ces femmes sont conscientes de leurs droits. Même si leur objectif premier est d'avoir un toit et de nourrir leur famille, elles pensent à leurs vieux jours et redoutent que leur pension de retraite soit modique, voire inexistante, que leur assurance maladie, dont les remboursements se font longtemps attendre, selon elles, ne leur permettent pas de se soigner si elles tombent malades. Pour elles, la femme ne doit pas travailler, surtout dans ces conditions. « Aujourd'hui, la femme marocaine doit être instruite et diplômée. Mais concilier vie de famille et travail à l'usine est presque impossible », déclare l'une d'entre elles.



Maroc Textile

Les anciennes plus déterminées dans la défense de leurs droits

Heureusement, certains patrons gèrent des usines beaucoup plus structurées où les droits des travailleuses sont respectés. Dans l'une d'entre elles qui emploie 270 personnes dont 70% d'ouvriers et d'ouvrières qui jouissent de salaires d'au moins le Smig, d'une mutuelle de santé privée, du versement de leurs cotisations à la CNSS et de salaires à chaque fin de mois, les ouvrières aspirent à d'autres droits. Qu'elles soient veuves, mères de famille ou jeunes mariées, elles tiennent à leur indépendance financière mais allient difficilement travail à l'usine, tâches ménagères et éducation des enfants. Même si elles ont un niveau d'instruction de niveau primaire ou au mieux collège, ces ouvrières connaissent leurs droits. Elles arrivent même à lire et comprendre leur fiche de paie et détecter les erreurs ou anomalies. D'après la responsable des ressources humaines, la présence d'un délégué syndical au sein de l'entreprise a joué en faveur de la formation du personnel quant à leurs droits. Revers de la médaille, les grèves étaient fréquentes. « A mon arrivée, il y a eu trois semaines d'arrêt de travail. Mais nous n'avons rien lâché et sous-traité la production. Aujourd'hui, il n'y a plus de syndicat. Je défends mieux les intérêts du personnel que le syndicat lui-même », déclare la RH qui joue également le rôle d'assistante sociale pour ces ouvrières.

Un constat que confirment les ouvrières de l'usine que nous avons rencontrées, qui viennent souvent voir la responsable RH pour des avances sur salaires, des autorisations de sortie ou des problèmes personnels.

L'éducation des enfants, un combat de tous les jours

« Aujourd'hui, il est plus facile de gérer les jeunes recrues que les anciennes atteintes pour la plupart de maladies chroniques », renchérit-elle. Plus dociles certes mais plus

exigeantes. En tout cas, elles ont pour la plupart abandonné leurs études pour travailler et subvenir aux besoins de la famille. Une jeune ouvrière ne le regrette pas. « Mais l'industrie du textile reste un métier difficile pour la femme. Dès qu'on quitte l'usine à 18h30, on va directement à la cuisine préparer les repas pour les enfants. Mon mari ne m'aide pas. Je me lève la première et m'endors la dernière. J'aurais préféré être mère au foyer. Ma vie aurait été beaucoup plus facile », se désole-t-elle. Pour une veuve qui subvient seule aux besoins de ses trois enfants dont un garçon qu'elle responsabilise énormément, il est impératif d'augmenter le salaire des ouvrières. « Plafonné à 13,46 DH/heure, il devrait au moins atteindre 15 DH/h. Cela nous permettrait de répondre aux innombrables besoins de nos enfants », déclare cette veuve qui a opté pour une éducation de ses enfants dans le public avec des heures supplémentaires.

Une autre a choisi d'inscrire ses enfants dans le système privé au moins pour le primaire. Un choix que son mari n'aurait pas pu réaliser. « Vu mes responsabilités, j'aurais voulu que l'âge de la retraite des ouvrières soit réduit à 50 ans », espérait-elle. Dans un monde capitaliste qui prône l'émancipation des femmes, elles semblent prendre encore plus de responsabilités lorsqu'elles travaillent. Pour la RRH de l'usine, la plupart des demandes de crédit sont contractées par les ouvrières et non les ouvriers. L'éducation de leurs enfants et l'aide apportée à leurs parents leur tiennent le plus à cœur.



Maroc-UE : Des projets sur la table, en attendant les élections européennes

par [African Manager](#) - 06/03/2019 10:37



Une délégation du Parlement européen s'est rendue au Maroc pour participer à la 10e réunion annuelle de la commission parlementaire mixte UE-Maroc et pour approfondir le dialogue sur de nombreux sujets.

Emmenée par sa Présidente, Mme Inés Ayala Sender, la délégation pour les relations avec les pays du Maghreb et l'Union du Maghreb arabe (DMAG) a effectué une mission au Maroc du 28 février au 1er mars 2019 pour y tenir la 10ème réunion annuelle de la commission parlementaire mixte UE-Maroc (CPM).

En outre, la délégation a participé à un forum consacré à la sécurité et à la lutte contre le radicalisme et a eu des entretiens bilatéraux avec le Président de la Chambre des représentants, M. Habib El Malki, ainsi qu'avec des membres du gouvernement et des représentants de la société civile.

Ces rencontres ont été l'occasion d'approfondir le dialogue politique et d'échanger sur des questions relatives à la sécurité et à la lutte contre le radicalisme, aux droits de l'homme et à la démocratie, au partenariat économique et commercial, à la mobilité et à la migration, au développement économique et social, au rôle des femmes dans la société et au soutien à l'intégration des jeunes dans la vie active, ainsi qu'à la mise en œuvre de la stratégie 2030 de développement durable.

Co-présidée par Mme Inés Ayala Sender pour le Parlement européen et M. Abderrahim Atmoun pour le Parlement marocain, la réunion de la CPM a dressé le bilan des activités de cet organe important pour la coopération politique entre l'Union européenne et le Maroc et réaffirmé l'engagement mutuel à promouvoir la coopération interparlementaire au moyen de travaux concrets menés par une série de binômes constitués par les députés européens et marocains autour des thématiques prioritaires que sont la politique européenne de voisinage, les questions de sécurité, de développement humain et de lutte contre le radicalisme.

La présidente Inés Ayala Sender (S&D) et M. Santiago Fisas Ayxelà (PPE) ont souligné l'importance accordée par le Parlement européen au partenariat stratégique UE-Maroc, dont on célèbre cette année le cinquantième anniversaire. Ils ont exprimé leur volonté de contribuer à une relance de ce partenariat, marquée par un saut qualitatif, notamment dans la définition de ses nouvelles priorités afin de mieux répondre aux attentes des citoyens de deux rives et de contribuer au renforcement de la coopération régionale et de l'intégration maghrébine.

La délégation a réitéré l'importance accordée par l'UE au soutien des priorités nationales du Maroc, notamment dans la mise en œuvre des réformes engagées avec la Constitution de 2011, et en mettant l'accent sur la formation professionnelle et la création d'emplois pour les jeunes, la coopération dans les domaines de la bonne gouvernance, du développement régional, de la sécurité et de la migration.

Le forum consacré à la sécurité et à la lutte contre le radicalisme a permis de souligner les succès de l'expérience marocaine en la matière et l'importance d'en tenir compte parmi les priorités du partenariat entre l'Union européenne et le Maroc.

Cette mission s'inscrit dans le cadre des efforts constants de la délégation pour les relations avec les pays du Maghreb et l'Union du Maghreb arabe du Parlement européen visant à consolider le dialogue politique avec le Royaume du Maroc en tant que partenaire stratégique de l'Union européenne.

C'est dans ce contexte que Mme Inés Ayala Sender a déclaré: "Au cours de ces dix années de coopération soutenue, la commission parlementaire mixte UE-Maroc s'est imposée comme un laboratoire précieux de diplomatie parlementaire. J'espère vivement que ses résultats et ses bonnes méthodes de travail seront préservés et consolidés par ses futurs membres européens issus des élections européennes de mai prochain. Tant le partenariat UE-Maroc, qui est sur le point d'être relancé et renforcé, que les nouvelles échéances concernant notamment l'accord d'association et les négociations pour un accord de libre-échange complet et approfondi (ALECA) devront bénéficier de l'expérience solide et du travail mené en commun par les parlementaires européens et marocains au sein de la CPM.

La question des droits des femmes perdue dans le secteur du textile habillement



8 mars 2019

Le site Fiber2Fashion annonçait hier que la Sardar Vallabhbhai Patel International School of Textiles and Management (SVPITM), basée en Inde, organisait un séminaire national sur « Le rôle des femmes dans le développement de l'Industrie Textile » le 22 mars 2019. Le séminaire, sponsorisé par la Commission Nationale pour les Femmes, souhaite vouloir mettre en valeur les parcours des femmes dans l'industrie du textile et de l'habillement, ainsi que les politiques gouvernementales mises en place pour encourager leur présence à des postes importants dans l'industrie.

En cette journée internationale des droits des femmes, cette information pose la question de la présence des femmes dans l'industrie textile, et notamment des ouvrières du textile en Asie, première zone de production et de confection.

Historiquement, l'industrie de l'habillement est très féminisée. En Europe, la dentelle ou la broderie sont longtemps demeurées des techniques historiquement associées aux femmes. Aujourd'hui, en Chine, 70% de la main-d'oeuvre est constituées d'ouvrières. Elles représentent par ailleurs 85% de la main-d'oeuvre au Bangladesh et 90% au Cambodge.

Si le travail peut constituer une forme d'émancipation, financière, notamment, la question des conditions de travail de ces femmes ouvrières en Asie demeure un problème. Tandis que près de 43 millions de personnes sont employés dans les secteurs de la confection, du textile et de l'accessoire, la contestation monte. Au-delà des conditions physiques de travail (pénibilité, insalubrité des locaux), les conditions salariales demeurent en effet préoccupantes, et sujettes à tension. En effet en janvier 2019, des milliers d'ouvriers du textile, manifestaient au Bangladesh le 13 janvier pour réclamer de meilleurs salaires, empêchant l'activité de près d'une cinquantaine d'usines.

Ainsi que le mettait en avant le quotidien *Le Monde* dans son article du 19 janvier 2019 sur les manifestation en question , « les salaires minimaux pour les ouvriers les plus mal payés ont augmenté d'un peu plus de 50 % ce mois-ci, pour atteindre 8 000 takas (83 euros) par mois. Mais les ouvriers intermédiaires se plaignent de n'avoir eu qu'une augmentation dérisoire au regard de l'augmentation du coût de la vie, notamment celui du logement. » Si depuis le scandale du Rana Plaza, des syndicats, notamment d'ouvrières, se sont constitués, la question des solutions pour remédier à ces revendications demeure.

Aussi quelles sont les solutions, autres que juridiques ? L'intelligence artificielle a été pointée du doigt comme pouvant mettre en péril les emplois de millions de personnes, en remplaçant par des robots une main-d'œuvre qui a été tirée de la pauvreté par l'arrivée du textile. Elle apparaît néanmoins comme une potentielle chance de mettre fin aux conditions sanitaires et salariales de l'industrie mises en avant depuis des années. En effet, en se positionnant comme un catalyseur de changement, ses effets pourraient bénéficier a priori en majorité aux femmes constituant cette main d'œuvre et améliorer leurs conditions de travail.

Myanmar garment workers caught in global tug-of-war



MARCH 08, 2019 - 2:07 PM

THE garment sector in Myanmar faces challenges to its commercial survival, with the possibility of losing tariff-free status in the European Union just the latest blow, a new report has noted.

While Myanmar could benefit from export-oriented manufacturers' flight to third countries amid a US-China trade war, development consultant Nick Freeman has pointed out barriers to taking a longer-term approach to investment in the garment industry, such as quality and standards.

The garment sector now employs about 700,000 people, mostly women, who are estimated to earn close to the minimum wage of 4,800 kyat (S\$4.30) for an eight-hour day.

The prevailing cut-make-pack or cut-make-trim industry model - where labour makes up about 70 per cent of sewing production costs - “is certainly better than having no garment sector at all”, said Mr Freeman, an associate fellow at Singapore’s Iseas-Yusof Ishak Institute think-tank. “But it hardly evokes the image of a robust and vibrant manufacturing sector that amply remunerates its employees.”

Mr Freeman cited how price pressures and contentious working conditions have precipitated a spate of labour disputes in Myanmar, in a recent report published as part of the think-tank’s “Trends in South-east Asia” series.

“One major international garments buyer to which this author spoke stated that it had tried to begin sourcing from Myanmar some years ago, principally as a means to reduce its exposure to Bangladesh, and to a lesser extent Cambodia,” he added. “However, it promptly discovered that not one of the domestic firms it surveyed met the minimal standards that it required of its suppliers.”

On top of that, the EU is now poised to suspend Generalised Scheme of Preferences (GSP) status for Myanmar exports, under its the “Everything But Arms” (EBA) trade scheme. The European bloc is pointing to human rights violations in key states with ethnic minority populations, as well as labour rights issues, as the reasons for its withdrawal.

But Mr Freeman said that the loss of GSP privileges would put Myanmar’s garment industry “at a distinct competitive disadvantage with rivals in

producing garments for the EU market that are also part of the EBA scheme”, such as Bangladesh, Cambodia, and several African countries.

“Despite already operating at wafer-thin margins, a large part of Myanmar’s garment sector is at the mercy of the whims of overseas policymakers and their willingness to provide trade preferences, or not,” wrote Mr Freeman.

“This does not seem like a sustainable platform on which to develop a robust and vibrant garment and textile sector in Myanmar.”

He noted that the garment sector is highly export-dependent, with the industry having picked up on newly established export-oriented factories centred around Yangon’s industrial zones, which are fuelled by in-flows from East Asian manufacturers - notably the Chinese and South Koreans.

Meanwhile, there has been a sharp drop in domestically-owned garment companies, as they cannot compete for exports, he said. “Most are typically left supplying cheap garments and uniforms to the relatively modest domestic market.”

Mr Freeman suggested that companies team up with the local agricultural and textile industries to develop products such as freight-on-board clothes made from locally sourced organic cotton, since improved sourcing and operations “could also stimulate the appetite of international buyers, as well as potentially generate new operational efficiencies for these manufacturers”.

“Garment sector development initiatives co-funded and implemented by development partners, including the EU, and collaborating closely with the major international garment companies, could play a key role in underwriting some of that investment cost, and sharing some of that risk, as well as provide the necessary technical inputs,” he also suggested.

Still, international partners must also guarantee garment makers that there will be requisite product demand at prices “that merit the investment and risks undertaken”, Mr Freeman added.

He also warned that if Myanmar’s Rohingya minority - who have been subject to what observers termed ethnic cleansing, including by the armed forces - face a deteriorating human rights crisis, “development partners, international buyers and retail customers alike may conclude that clothing with a ‘Made in Myanmar’ tag is just too toxic, and should be avoided”.

Les Franchises d'habillement : Un fleuron de l'économie nationale

Lecture zen 06/03/2019 16:50



Avec quarante groupes et entreprises représentant une soixantaine de marques internationales, les franchises d'Habillement, organisées au sein de la chambre syndicale nationale des Chaînes de Magasins d'Habillement relevant de la Fédération Nationale Textile de l'UTICA, constituent un secteur économique en développement, souvent mal connu et parfois, involontairement et volontairement, décrié et stigmatisé.

Secteur libre pour lequel **aucune autorisation n'est requise**, les franchises d'habillement emploient environ 3 000 personnes et sont appréciées du consommateur tunisien en raison d'une offre diversifiée et un rapport qualité/prix très performant dans un contexte d'inflation et de détérioration du pouvoir d'achat. Elles opèrent dans la transparence, dans un marché gangrené par l'informel et contribuent fortement aux recettes de l'Etat : **128 millions de dinars annuellement.**

En outre, elles font travailler une multitude de secteurs d'activités tels que le secteur de l'immobilier, les différents corps de métiers de la construction et de l'aménagement, l'informatique, les assurances, la sécurité, le transport...

Par ailleurs, et contrairement aux idées reçues, **les franchises de prêt-à-porter ne creusent pas le déficit de la balance commerciale et ne portent pas préjudice à l'industrie textile. Bien au contraire !**

Le déficit global de la balance commerciale a atteint, en 2018, environ 20 milliards de dinars qui se décomposent comme suit :

- Déficit énergétique : -6,179 milliards de tnd
- Déficit sur matières premières et produits semi-finis : -7,623 milliards de tnd
- Déficit sur biens d'équipements : -4,236 milliards de tnd
- Déficit sur produits alimentaires : -500 millions de tnd
- Déficit sur produits « dits de consommation » : -501 millions de tnd

Ce ne sont donc pas les importations de prêt-à-porter qui sont responsables du déficit conséquent de la Tunisie. Bien au contraire, puisque le montant des importations des franchises internationales est de 130 millions de tnd. En revanche, ces marques sont en grande partie de grands acheteurs auprès de l'industrie textile tunisienne. **Elles achètent pour près de 1,5 milliard de dinars, soit une balance excédentaire de +1150% , oui de 1150%**

L'industrie textile travaille à 85% à l'export, elle n'est donc pas, ou très peu, concernée par les importations et les franchises textiles sont au contraire, pour elle, une formidable opportunité et non une menace puisque les plus grandes marques fabriquent en Tunisie et génèrent des rentrées de devises conséquentes au pays.

La chambre syndicale jouera d'ailleurs pleinement son rôle pour la réussite du plan de relance textile signé entre le Gouvernement et la Fédération Textile qui prévoit notamment une augmentation des exportations textiles de 2,4 à 4 milliards d'euros en sollicitant et invitant ses marques à fabriquer encore plus en Tunisie. Mais il est inconcevable de demander à ces marques de produire plus en Tunisie mais de vendre moins en Tunisie ! il faut être cohérent.

Le secteur des franchises textiles continue de croître, d'investir et de créer de l'emploi mais la pression fiscale accrue pourrait compromettre son développement. Après une augmentation de 50% des droits de douane, l'avance sur impôts futurs (AIR) à laquelle il est soumis a été augmentée également de 50%. Cette taxation est tout simplement un financement gratuit, par avance, par les entreprises privées au budget de l'Etat, étouffant pour leur trésorerie.

Et enfin par un amendement à la loi des finances 2018, il a été décidé d'augmenter en plus de tout cela, le taux d'impôt sur les sociétés sur ces franchises de 25% à 35%. **Cette mesure est anticonstitutionnelle et viole de manière flagrante le principe de l'équité fiscale entre les contribuables.** S'il est contestable de soumettre des secteurs différents à des taux d'impositions différents, comment peut-on soumettre des acteurs économiques du même secteur d'activité, vendant les mêmes produits, dans les mêmes espaces commerciaux et qui sont tous des importateurs : enseignes locales, franchisés,

importateurs non franchisés (qui constituent la majorité du secteur) à des taux d'impôts différents !

Cette « sur-imposition », en plus des entraves et des complexités administratives, frappe donc, encore une fois, le secteur organisé et transparent et laisse libre cours au marché parallèle et à la contrebande. Tout le contraire de ce qu'il faut faire !

Au-delà de son rôle important pour le développement des exportations textiles, les franchises de prêt-à-porter vont contribuer fortement à l'investissement, à la création d'emplois dont le pays a tant besoin, au développement de l'entrepreneuriat des jeunes (statistiquement un projet en franchise a bien plus de chance de réussite) mais seront également un vecteur de modernisation par la digitalisation de l'économie et l'entrée dans l'industrie 4.0.

Alors à défaut d'aider ce secteur, laissons-le travailler !

Franchise en habillement : quelle valeur ajoutée pour un secteur pointé du doigt ?

Par Hamza Mabrouk – 5 mars 2019



Fuite de devises, exploitation, absence de transfert de technologies et autres accusations. Les contre-arguments de ce réquisitoire ont été présentés par la chambre syndicale. Elle estime au contraire que la franchise du prêt-à-porter n'est pas responsable du déficit de la balance commerciale. Et qu'elle ne porte en aucun cas préjudice à l'industrie du textile. C'est encore moins un fléau pour l'économie dans son ensemble, comme certains l'accusent.

La Chambre syndicale nationale des chaînes de magasins d'habillement relevant de la Fédération nationale du textile a tenu une conférence de presse. Il s'agit d'un véritable plaidoyer en faveur de la franchise et « sa valeur ajoutée à l'économie tunisienne ». Et ce, même si elle n'a pas bonne presse auprès de l'opinion publique.

Jean-François Limantour, spécialiste en stratégie de développement, notamment pour le textile-habillement et le luxe, avance plusieurs arguments. Pour lui, la franchise est l'un des fleurons de l'économie tunisienne. Il balaie d'un revers de la main les arguments défavorables à la franchise. En premier lieu, il affirme que la franchise du prêt-à-porter ne porte en aucun cas préjudice à l'industrie du textile.

Se basant sur des chiffres officiels, il indique que le déficit de la balance commerciale en 2018 atteint 20 milliards de dinars :

- déficit énergétique (-6,179 milliards de dinars);
- matières premières et produits semi-finis (-7,623 milliards de dinars);
- biens d'équipement (-4,236 milliards de dinars);
- produits alimentaires (-500 millions de dinars);
- produits de consommation (-501 millions de dinars).

A contrario, l'intervenant indique que la franchise en habillement contribue aux équilibres socio-économiques, vu qu'elle réalise un chiffre d'affaires de 400 millions de dinars par an et emploie plus de 2000 personnes.

Ce secteur présente également une opportunité pour le transfert technologique. Le secteur contribue à hauteur de 120 millions de dinars par an au budget de l'Etat. 60 grandes marques existent en Tunisie. Il s'agit aussi d'un secteur dont les importations ne dépassent guère 2,5% de la totalité des importations (130 millions de dinars). Par contre, les exportations tunisiennes en prêt-à-porter ont atteint 5,4 milliards de dinars pendant les dernières années. L'intervenant confirme que la stratégie de la franchise habillement est incontestablement une stratégie gagnante.

Ainsi, elle s'articule autour de cinq axes :

- l'obtention des conditions d'activité et de concurrence équitables et loyales;
- la promotion d'une image valorisante du secteur de la franchise en habillement;
- le renforcement de la compétitivité des entreprises;
- l'élargissement du périmètre d'activité de la franchise;
- l'anticipation de la révolution digitale.

Cette stratégie se fera en travaillant sur l'environnement économique, à savoir la fiscalité, la douane et la facilité des affaires. Elle se fait aussi à travers la promotion du e-commerce, du tourisme et de la compétitivité concernant le recrutement, la veille économique et l'industrie 4.0. Il a affirmé qu'il ne faut pas envoyer de signaux négatifs aux entreprises étrangères étant donné qu'elles pourraient viser les pays asiatiques où les coûts sont moins élevés qu'en Tunisie.

Par ailleurs, Mehdi Abdelmoula, président de la Chambre nationale des chaînes de magasins, déclare qu'il faut promouvoir le tourisme de shopping en Tunisie. A cet égard, il reconnaît l'échec des plusieurs réunions, portant sur ce sujet avec les représentants de plusieurs ministères. En effet, il estime qu'il faut offrir au client le choix entre le produit tunisien et le produit étranger.

Enfin, interpellé sur sa possible contribution à la campagne « Consommez tunisien », il n'exclut de mettre en avant les produits étrangers fabriqués en Tunisie.



Benetton Tunisie : Entrée en production d'une nouvelle unité à Tozeur

7 mars 2019

Une nouvelle unité de textile de "Benetton Tunisie" est entrée en production à Tozeur employant 150 ouvriers, selon le nouveau directeur général de la marque italienne, " Benetton Tunisie", Flavio Simonetti, dont les propos sont rapportés jeudi dans un communiqué du ministère de l'industrie et des petites et moyennes entreprises.



" Benetton " vise à renforcer son image et sa position sur le marché tunisien en créant de nouveaux emplois a-t-il encore dit lors d'une rencontre mercredi avec le ministre de l'industrie et des petites et moyennes entreprises Slim Feriani.

“Beneton Tunisie” figure en tête de liste des sociétés totalement exportatrices dans le secteur du textile et de l’habillement (TH) au niveau du chiffre d’affaire.

Sa capacité de production peut atteindre, environ 24 millions pièces par an sur un total de 70 millions pièces produites dans le monde, d’après la même source. La marque italienne “ Benetton ” s’est installée sur le marché tunisien depuis 2005. Elle emploie à travers ses unités de production implantées au Sahel et Gafsa (23 unités) et Kasserine (25 unités) environ 10 mille personnes, d’après le ministère.

Le secteur du textile/habillement, est l’un des secteurs industriels les plus prometteurs, lequel compte environ 1 600 sociétés employant 160 mille personnes, a affirmé le ministre, soulignant la contribution de ce secteur à la réalisation des équilibres économiques et sociaux dans le pays.

Le programme de relance du secteur TH pour la période 2019-2023, a abouti à la signature d’une “charte sectorielle” entre le gouvernement, l’union tunisienne de l’industrie, du commerce et de l’artisanat (UTICA) et la fédération tunisienne du textile et de l’habillement.



Le Royaume-Uni est un marché exigeant dans le domaine du textile/habillement (expert britannique)

13 mars 2019

Par : [WMC](#) avec [TAP](#)

Le marché britannique, quatrième grand importateur de vêtements, tricotés et chaussures au monde, est exigeant dans le domaine du textile/habillement et cherche le meilleur rapport qualité/prix. C'est ce qu'a déclaré, mercredi 13 mars, le directeur à l'export à "UK Fashion & Textile Association", Paul Alger.



“Les acheteurs britanniques veulent passer des petites commandes ponctuelles, d'où l'intérêt que nous portons à la Tunisie qui dispose d'un

grand potentiel dans ce secteur”, a ajouté Alger, en marge d’un workshop sur “les opportunités d’accès des produits tunisiens du secteur textile/habillement au marché britannique”.

Il a fait savoir que le Royaume-Uni importe, essentiellement, à partir de la Chine, la Turquie, l’Inde et le Maroc.

Le directeur de promotion des secteurs au Centre de promotion des exportations (CEPEX), Mohamed Ikbel Khaldi, a souligné que ce workshop s’inscrit dans le cadre d’un programme de collaboration entre le CEPEX, l’ambassade de Tunisie à Londres et l’ambassade du Royaume-Uni à Tunis, afin de présenter un aperçu sur les opportunités d’exportation au Royaume-Uni pour les opérateurs tunisiens dans le secteur du textile/habillement et sur les spécificités dudit marché.

Il a ajouté que le marché britannique reste méconnu auprès des opérateurs tunisiens qui trouvent des difficultés à accéder à ce marché.

Il a fait savoir que les exportations tunisiennes du secteur textile/habillement ont atteint, en 2018, 80 millions de dollars, contre environ 135 millions de dollars en 2011.

Le CEPEX, a-t-il précisé, a élaboré un programme pour développer les exportations vers le marché britannique, outre la mise en place de programmes promotionnels dont la visite d’importateurs en Tunisie et la visite d’une délégation d’hommes d’affaires tunisiens en mois de mai, au Royaume-Uni.

La Tunisie est le 30ème fournisseur du Royaume-Uni

Le directeur général de la Fédération tunisienne du textile et de l’habillement (FTTH), Néjib Karafi, a fait savoir que le secteur a commencé sa reprise après quatre ou cinq années difficiles, durant lesquelles 400 entreprises ont fermé leurs portes et 40 mille emplois ont été perdus, depuis 2010/2011.

Il a avancé que le secteur a commencé à se ressaisir, au cours du deuxième semestre de 2017. Cette reprise s'était faite sentir en 2018, grâce à la prise en main du secteur par les professionnels qui ont redressé le secteur, ajoutant que cette reprise a été largement confirmée, à la fin de 2018, à travers les chiffres.

Cette reprise a été consolidée par des décisions prises, lors d'un conseil ministériel tenu, le 1er juin 2017, au profit du secteur et dont la majorité ont été concrétisées, outre la signature, le 21 février 2019, du 1er pacte de compétitivité public/privé dans le secteur du textile, a-t-il encore dit.

Toutefois, Karafi a révélé que des difficultés surmontables persistent, citant à titre d'exemple la lenteur des procédures au niveau de l'administration, les décisions au niveau de la douane, l'infrastructure, la nouvelle loi d'investissement et l'inadaptation de la main d'œuvre aux exigences du secteur.

Il a souligné que les emplois dans ce secteur sont disponibles pour le recrutement, précisant que plusieurs usines dans plusieurs zones industrielles offrent des postes d'emplois qui sont vacants et rémunérés à partir de 600 dinars alors que le nombre de chômeurs dans le pays est très important.

Le secteur compte aujourd'hui 1.600 entreprises offrant 16.000 emplois. La moitié de ces entreprises sont à 100% tunisiennes.

Le Cepex prévoit l'organisation de 59 actions promotionnelles dans 29 pays en 2019. Pour les actions qui cibleront le secteur du textile/habillement et cuir & chaussures, un montant de 2,040 millions de dinars (MDT) a été consacré au profit des marchés traditionnels, tels que le Danemark, la Russie, la Côte d'Ivoire et le Cameroun.

Ce programme couvre 18 actions promotionnelles réparties sur la participation à 10 Salons et l'organisation de 8 rencontres B2B au profit de 198 entreprises.

D'autre part, l'année 2018 a été marquée par la relance du secteur du textile en Tunisie avec une augmentation des exportations tunisiennes vers l'UE, pour atteindre 2,4 milliards d'euros (environ 8 milliards de dinars), soit une croissance de 3,8% par rapport à 2017, tandis que le Royaume-Uni est le 9ème client de la Tunisie avec une part de 1,7% du total des échanges (509 MDT en 2016).

Turkey gains scope as European textile hub while entering recession

The Gross Domestic Product (GDP) of the country registered in the fourth quarter of 2018 a fall of 2.4% compared to the previous quarter, falling into technical recession for the first time since 2009.

12 MAR 2019 — 09:59



Turkey consolidates its role in the European fashion sourcing while its economy weakens. The country, which has entered a technical recession, shot up last year its exports of textile and fashion goods to Europe, relying mainly on the devaluation of the local currency. Now, in this new period of recession, everything indicates that the situation will persist.

Turkey's Gross Domestic Product (GDP) registered a 2.4% fall in the fourth quarter of 2018 compared to the previous quarter, entering

technical recession for the first time since 2009, according to data published yesterday by the Turkish Statistical Institute (Turkstat). **In inter-on-year terms, the country's GDP recorded a 3% drop.**

Despite the setbacks of the Turkish economy in the last two quarters of the year, 2018 as a whole had a positive performance, with an annual increase of 2.6% compared to 2017. However, **the rise was well below that registered one year ago, when it stood at 7.4%.**

The textile, highly sensitive to production costs, took advantage of such devaluation to increase purchases to the country

For the time being, the Turkish Minister of Finance and Treasury, Berat Albayrak, stressed yesterday the temporary nature of the economic slowdown and explained that the country has started a moderate recovery driven by exports and tourism income. Part of this recovery is based on the devaluation of the local currency executed last year on several occasions by the Turkish Government in order to gain competitiveness in foreign markets.

The textile, highly sensitive to production costs, took advantage of such devaluation to increase purchases to the country. In 2018, the European Union raised by 2% its purchases to the Turkish textile industry, which establishes itself as the third largest hub in the European sector, according to the latest data by Icx.

Turkey was the only proximity sourcing of the European Union which increased its sales to the region last year, when in Italy fell by 2.2%, in Check Republic had a drop by 5.6% in and Portugal plummeted by 10.2%.

In the specific case of Spain, in 2017 Turkey had already overtaken Bangladesh as the

second supplier of textiles, clothing, accessories and footwear

In the specific case of Spain, in 2017 Turkey had already overtaken Bangladesh as the second supplier of textiles, clothing, accessories and footwear, and in 2018, it even increased the gap between them. Two years ago, the Spanish market rocketed by 16% its Turkish textile purchases while imports from Bangladesh only grew by 8%.

Also in the case of the fashion industry in Spain, Turkey has distorted the sourcing map of the sector in proximity. Thus, while the Eurasian country has increased its sales of fashion items to the Spanish market at a double digit rate between 2017 and 2018, Portugal's textile industry has registered drops of 23.5% in 2017 and 13.9% in 2018.

As for Italy, Spanish purchases also shank in the last year, with a decrease of 4.2%, while those of Morocco moderated the growth rate, going from 23.3% in 2016 to 8 % in 2017 and 5.9% in 2018.



Algérie Bouteflika renonce à la présidentielle // P. 9

Les Echos



LE QUOTIDIEN DE L'ÉCONOMIE // MARDI 12 MARS 2019 // LESECHOS.FR

La Turquie entre en récession pour la première fois depuis 2009

EUROPE

Sept mois après la crise de la livre, la Turquie enchaîne un deuxième trimestre de recul de son PIB.

La Turquie est entrée officiellement en récession, pour la première fois depuis la crise mondiale de 2008-2009, selon des chiffres de l'Office national des statistiques diffusés lundi. Le PIB a reculé de 2,5 % au quatrième trimestre en rythme trimestriel, après un recul déjà de 1,6 % au troisième. Alors que la croissance au premier trimestre 2018 figurait, en rythme annuel, à 7,4 %, parmi les plus dynamiques de la planète. Au final, la croissance sur l'ensemble de l'année a été ramenée à 2,6 %, contre 7,1 % en 2017, et elle devrait être négative de 2,6 % cette année, selon le consensus des analystes.

Ce ralentissement s'explique en grande partie par une forte inflation sur fond de crise de la livre turque survenue en août, due aux tensions diplomatiques entre Ankara et Washington et à la défiance des mar-

chés à l'égard de l'« erdonomics », les politiques économiques défendues par le président Erdogan à base de baisse autoritaire des taux d'intérêt. La devise turque a ainsi perdu 30 % de sa valeur en 2018, mais s'est stabilisée depuis le début de l'année. L'inflation se maintenait juste en dessous de 20 % en rythme annuel en février.

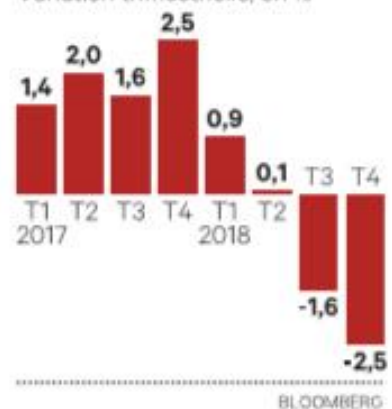
« La Turquie était une des économies émergentes à la plus forte croissance en 2017 », souligne Ziad Daoud, économiste chez Bloomberg, « mais sa croissance était déséquilibrée, fondée sur des dépenses publiques excessives, et la forte progression des crédits a poussé à la hausse le déficit des paiements courants ».

« Le pire est derrière nous »

A trois semaines des élections municipales, ces chiffres constituent un revers pour le régime du président Recep Tayyip Erdogan. « Le pire [...] est derrière nous », a toutefois assuré le ministre des Finances, Berat Albayrak, sur Twitter, imputant ces mauvais chiffres à « des attaques spéculatives » et au ralentissement de l'économie mondiale.

La croissance turque

Variation trimestrielle, en %



Ce ralentissement a eu toutefois, via une chute de 8,9 % de la consommation des ménages au dernier trimestre, un effet positif sous la forme d'une réduction spectaculaire du déficit de la balance des paiements, traditionnel talon d'Achille de l'économie turque. Ce déficit est tombé à 813 millions de dollars en janvier, un dixième de celui constaté en janvier 2018, en pleine période de surchauffe. Le déficit de la balance des paiements était monté en mai à 58 milliards de dollars en rythme annuel. — F. M. et Y. B.

China and Vietnam dominate the American apparel market!

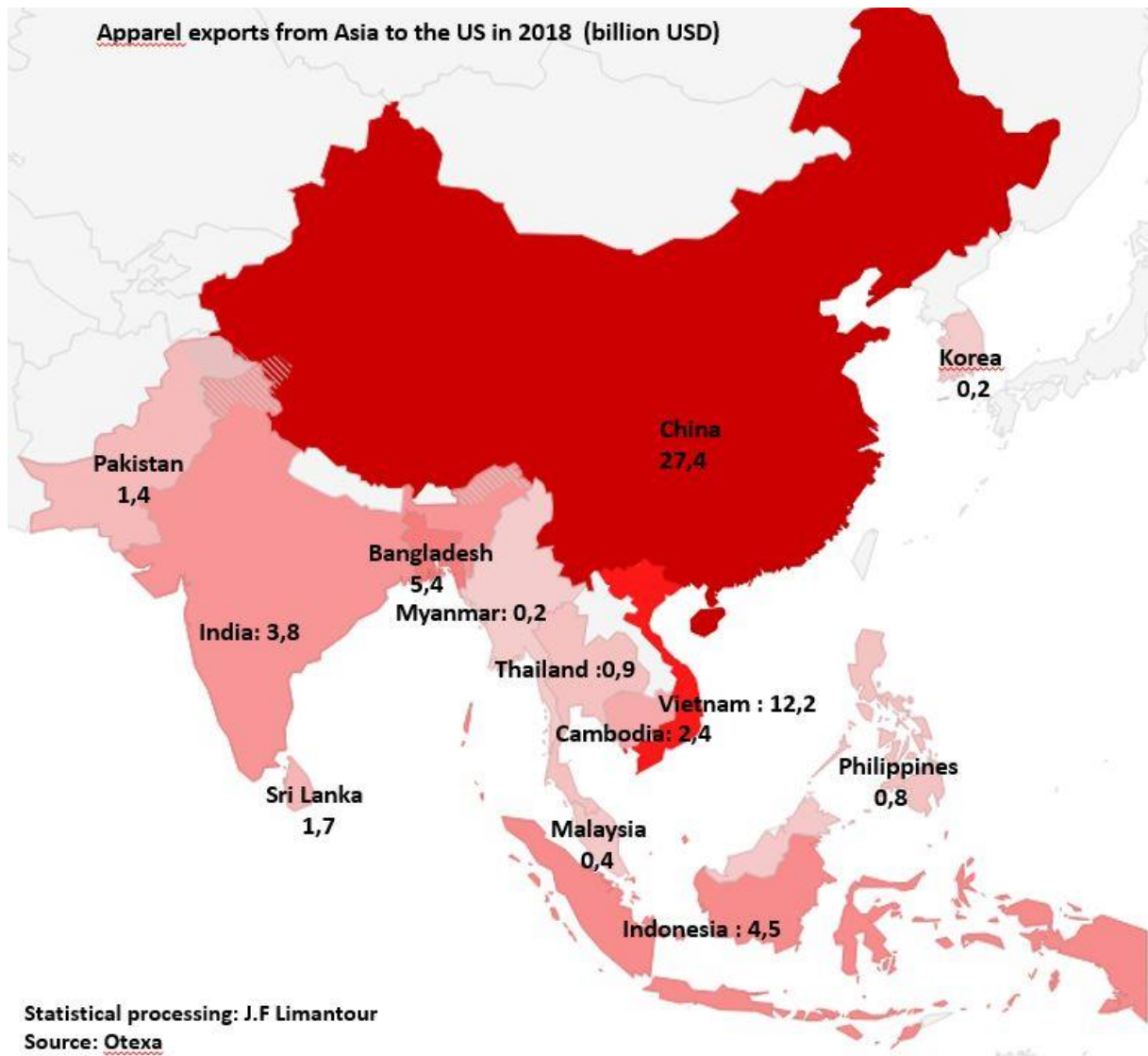


Jean-François Limantour
President of Evalliance
84 articles

25 4 0 2

Publié le 16 mars 2019

In 2018, US apparel imports reached \$82.9 billion, up 3.4% from their 2017 level.



China with \$27.4 billion (+1.3%) and Vietnam (\$12.2 billion;+5,8%) are the two dominant suppliers. Together, they supply 48% of US apparel imports. They are followed by Bangladesh (\$5.4 billion; +6.7%), Indonesia (\$4.5 billion), India (\$3.8 billion; +3.4%), Mexico (\$3.4 billion), Honduras (\$2.6 billion), Cambodia (\$2.4 billion) and El Salvador (\$1.9 billion). Most of these suppliers recorded sales growth in the United States compared to 2017, including China.

Conversely, Indonesia (-1.8%), Malaysia (-8.7%), the Philippines (-3.4%), Mexico (-5.8%) and Sri Lanka (-11.2%) are down.

Overall, local suppliers are in slight decline. They are undergoing contrasting developments: countries such as Canada, Guatemala, Honduras, the Dominican Republic, Colombia and Haiti are growing, unlike Mexico, Costa Rica or El Salvador.

On the Mediterranean side, the only significant suppliers are Jordan (\$1.5 billion ; +9.5%), Egypt (\$0.8 billion) and Turkey (\$0.6 billion). Jordan and Egypt may export to the US market at zero duty under the USA-Jordan/Egypt/Israel QIZ Agreement.

Morocco (\$136 million) and Tunisia (\$69 million) recorded insignificant results.

Although they can export to the US market at zero duty under the African Growth and Opportunity Act (AGOA), sub-Saharan countries have great difficulty in imposing themselves against Asian competitors. Their clothing exports did not exceed \$1.25 billion in 2018. The most important of these are Kenya (\$390 million), Lesotho (\$320 million), Madagascar (\$200 million), Mauritius (\$150 million) and Ethiopia (\$110 million).

Finally, it should be noted that apparel exports from the 28 Member States of the European Union to the United States reached only \$2.4 billion in 2018, no more than those made by Cambodia. Only Italy is doing well: \$1.4 billion, so countries like Portugal (\$280 million), Romania (\$170 million) or France (\$160 million) have very modest performances.



United States Will Terminate GSP Designation of India and Turkey

03/04/2019

Washington, D.C. – At the direction of President Donald J. Trump, U.S. Trade Representative Robert Lighthizer announced today that the United States intends to terminate India’s and Turkey’s designations as beneficiary developing countries under the Generalized System of Preferences (GSP) program because they no longer comply with the statutory eligibility criteria.

India’s termination from GSP follows its failure to provide the United States with assurances that it will provide equitable and reasonable access to its markets in numerous sectors. Turkey’s termination from GSP follows a finding that it is sufficiently economically developed and should no longer benefit from preferential market access to the United States market.

By statute, these changes may not take effect until at least 60 days after the notifications to Congress and the governments of India and Turkey, and will be enacted by a Presidential Proclamation.

Background

Under the United States GSP program, certain products can enter the United States duty-free if beneficiary developing countries meet the eligibility criteria established by Congress. GSP criteria include, among others, respecting arbitral awards in favor of United States citizens or corporations, combating child labor, respecting internationally recognized worker rights, providing adequate and effective intellectual property protection, and providing the United States with equitable and reasonable market access. Countries can also be graduated from the GSP program depending on factors related to economic development.

India

The United States launched an eligibility review of India’s compliance with the GSP market access criterion in April 2018. India has implemented a wide array of trade barriers that create serious negative effects on United States commerce. Despite intensive engagement, India has failed to take the necessary steps to meet the GSP criterion.

Turkey

The United States designated Turkey as a GSP beneficiary developing country in 1975. An increase in Gross National Income (GNI) per capita, declining poverty rates, and export diversification, by trading partner and by sector, are evidence of Turkey’s higher level of economic development.

Donald Trump met fin à des accords préférentiels avec l'Inde et la Turquie

Première publication : 05/03/2019 - 09:11



Donald Trump et le Premier ministre indien Narendra Modi, en marge du G20 à Buenos Aires, en novembre 2018. AFP

Texte par : [FRANCE 24 Suivre](#)

Donald Trump a notifié, lundi, le Congrès des États-Unis de son intention de mettre fin au traitement commercial préférentiel dont bénéficient l'Inde et la Turquie.

[Les États-Unis](#) vont mettre fin à des accords commerciaux préférentiels avec l'Inde et la Turquie car ces deux puissances "ne respectent plus les critères" leur permettant de bénéficier de ce programme, a annoncé le gouvernement américain lundi 4 mars.

"À la demande du président Donald Trump, le représentant américain au Commerce a annoncé aujourd'hui que les États-Unis comptaient mettre fin au statut accordé à l'Inde et la Turquie de pays en développement bénéficiant du SGP", ou Système généralisé de préférences, a écrit dans un communiqué le bureau du représentant américain au Commerce (USTR).

Ce programme permet à des pays en développement de faire entrer sur le sol américain certains produits sans barrière douanière s'ils respectent des critères établis par les États-Unis, au rang desquels la lutte contre le travail des enfants, certains droits des travailleurs reconnus à l'échelle internationale, le respect de la propriété intellectuelle, et un accès équitable et raisonnable des États-Unis à leur marché, a expliqué l'USTR dans son communiqué.

Les deux États vont être retirés simultanément de ce programme mais pour des raisons officiellement différentes.

Dans la lignée du bras de fer imposé à la Chine depuis de nombreux mois

Concernant [l'Inde](#), l'USTR a mis en avant l'absence d'assurances suffisantes pour permettre aux États-Unis un accès "équitable et raisonnable à son marché dans de nombreux secteurs". Lors de l'annonce de l'examen de l'éligibilité de l'Inde au programme SGP en avril 2018, l'USTR avait fustigé les barrières commerciales qu'imposait l'Inde dans les industries laitières et médicales, causant selon lui du tort aux exportations américaines.

[La Turquie](#) a vu en revanche son statut remis en cause officiellement en raison de son niveau de développement économique qui ne la rend de fait plus éligible à un accès préférentiel au marché américain, réservé aux pays en développement. "Durant les quatre décennies et demi où la Turquie a bénéficié du statut de SGP pour les pays développés, l'économie turque s'est développée et s'est diversifiée", a indiqué la Maison Blanche dans un communiqué. L'exécutif américain cite notamment la hausse du niveau de revenu par habitant dans le pays et la baisse du taux de pauvreté comme "preuves de la hausse du niveau de développement" turc. En août toutefois, l'USTR avait lancé un examen de l'éligibilité de la Turquie au programme SGP, citant l'imposition par Ankara de taxes douanières supplémentaires sur l'équivalent de 1,78 milliard de dollars de produits en provenance des États-Unis, en réaction à des taxes punitives américaines sur l'acier et l'aluminium.

Les États-Unis ont importé 1,66 milliard de dollars de produits turcs via le programme SGP en 2017, soit 17,7 % du total des importations américaines en provenance de ce pays, principalement des véhicules, des composants d'automobiles et des métaux précieux, affirme l'USTR sur son site internet.

L'annonce de l'administration américaine semble confirmer la stratégie du président américain [Donald Trump](#) de négocier durement dans le domaine du commerce avec ses partenaires, à l'image du bras de fer imposé à la Chine depuis de nombreux mois et sur le point d'aboutir à une détente, d'après la presse américaine.

La sortie de l'Inde et de la Turquie du statut préférentiel américain ne prendra effet qu'au moins 60 jours après la notification adressée au Congrès américain ainsi qu'aux gouvernements indien et turc, a précisé l'USTR.

Avec AFP

Levi Strauss looks to deepen pockets with IPO

(Reuters) - Levi Strauss & Co hopes to sell \$587 million worth of shares in an upcoming return to the stock market after three decades, which would value the inventor of blue jeans at \$6.17 billion and give it a potful of cash to invest in broadening its product range.



The company, which has 385.5 million shares outstanding, said it expects to offer 36.7 million shares priced between \$14 and \$16 per share in an initial public offering. “The valuation is fair and as expected. It is also a good time for Levi’s to go public due to the resurgence of 80s’ blue jeans fashion,” said Eric Schiffer, chief

executive officer of California-based private equity firm Patriarch Organization.

Schiffer, who picks up stakes in new ventures, said he was interested in grabbing a share of Levi's when it goes public.

Demand for denim is surging, driven by new styles such as high-waist and pinstriped jeans. Smaller rivals American Eagle Outfitters and Abercrombie & Fitch last week posted strong results, boosted by robust denim sales.

The 165-year-old company, however, aims to evolve into a full-fledged global lifestyle leader for both men and women.

To attract young customers, Levi's also plans to expand its tailor shop and print bar that allow consumers to customize and put their own designs on the company's branded jeans and T-shirts.

Levi Strauss, which also sells footwear, belts and wallets, reported annual net revenue of \$5.6 billion in 2018.

The descendants of founder Levi Strauss, the Hass family, will retain 80 percent of voting control in the company following the IPO, the filing showed.

Levi Strauss joins a list of high-profile firms filing to go public this year, such as ride-hailing companies Uber Technologies and Lyft, photo-posting app Pinterest and home-renting service provider Airbnb.

Compared to tech unicorns such as Uber and Airbnb, investors see Levi Strauss as more of a short-term play due to frequently changing trends in the fashion industry, Schiffer said.

Levi Strauss intends to list as "LEVI" on the New York Stock Exchange, according to the filing bit.ly/2Ha2Gjm.

The company said it plans to use the proceeds for future deals that will enhance its portfolio of brands, but has no immediate plans of any acquisitions.

Goldman Sachs, J.P.Morgan, BofA Merrill Lynch and Morgan Stanley are part of a 12-member underwriting team handling the IPO.

Reporting by Diptendu Lahiri in Bengaluru; Editing by Shinjini Ganguli and Sriraj Kalluvila

Textiles workers struggle to get by on just \$50 a week

Update: March, 08/2019 - 06:00



Garment workers at a factory in Binh Dương Province.

By Khoa Thư

HÀ NỘI – Eight hours a day, five days a week, 35-year-old Nguyễn Thị Hoa (*) painstakingly looks for tiny defects in thousands of apparel products at a dusty garment factory in Lai Vu Industrial Zone, the northern province of Hải Dương.

She earns VNĐ4.9 million (US\$210) a month.

There is no better alternative for Hoa the moment. She left her job at an electronics assembly factory to work here for a better schedule, but her salary was the same.

“It is impossible to live a proper life with that amount of money,” said Hoa.

Leaving her husband behind in the central province of Thanh Hóa, she moved to the emerging industrial hub in Hải Dương with a clear goal, “earning enough money to start a business.”

This target now seems out of reach, as she can hardly cover her living expenses.

Nearly three million garment workers in Việt Nam, mostly women, are in similar situations.

A study of fashion suppliers in Việt Nam conducted by the Institute of Workers and Unions and Oxfam Việt Nam found that 99 per cent of surveyed workers earn below the Asia Floor Wage of VNĐ8.9 million (\$382) while 74 per cent earn below the Global Living Wage Coalition (Anker) benchmark of VNĐ5.2 million (\$223).

The national average minimum wage in Việt Nam of VNĐ3.34 million (\$143) is not enough for a person to live at the most basic level.

Even though the wages of most garment workers are higher than minimum wage, they “fall short of what is considered a living wage,” the research found.

A living wage should cover eight essentials including nutritious food, decent housing, healthcare, utilities, education, clothing, transportation and savings.

Hoa doesn't have a living wage, so she can't save the money she wants to send home.

To try and achieve her dream of starting her own business, she works overtime.

“Almost all workers spend extra hours at the factory. The pay is 1.5 times higher for each hour,” she said.

Aiming to earn more money, Hoa stays late, from one hour up to three hours in busy seasons.

She does not dare take a break or show up late as her monthly bonus for attendance of VNĐ300,000 (\$12.9) will be cut.

“When I have a minor illness, it is better to go to a local medical facility for a check-up and buy medicine,” she said.

“Although we pay for insurance, it takes time to ask for leave and go to hospital. If I'm absent one day my income will be cut short. I simply do not want that to happen,” Hoa added.

65 per cent of surveyed workers said they regularly take overtime while 22 per cent said they did not use annual leave and even go to the toilet quickly.

Getting to work late, taking sick leave, violating the rules or failing to meet production quotas can result in wage deductions.

And when workers take annual leave, they will receive half or sometimes none of their attendance allowance.

Long and arduous road

“Many workers told me that they had to work overtime to earn enough for living,” said Vũ Quang Thọ, former head of the Union Institute and a former member of the National Salary Council.

However, the impacts of overtime on workers’ health are severe and 53 per cent of them cannot afford medical treatment and medicine, meaning they are sacrificing their health for employment.

“Therefore, it is essential to raise the minimum wage besides other assistance policies,” said Thọ.

By increasing the wages of workers by 1 per cent, employers can ease heavy financial burdens they are bearing, the research recommends.

In reality, that isn’t as easy as it sounds.

According to Tống Thị Minh, former head of the Department of Labour Relations, Việt Nam’s textile industry focuses mostly on manufacturing.

Increasing 1 per cent of employees’ wages means costs would rise 3 or 4 per cent.

As manufacturing costs account for 92 per cent of the industry’s revenue, profit will be reduced by wage lifts.

Garment factories are facing deadlock. While costs increase, buyer’s purchasing prices fall.

Since their negotiation power cannot fight the fierce competition with other suppliers, manufacturing enterprises impose sanctions on workers to keep prices low.

“Committing to preventing the race to bottom should be prioritised,” Minh said.

“The membership of new-generation FTAs and the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) includes codes of conducts that offer Vietnamese garment companies better opportunities in price negotiation. They are

also asked to share social responsibilities and allow workers to ask for wage rises,” she added.

The road, however, is arduous and long.

“It will take at least five to 10 years for garment workers to enjoy the living wage they deserve,” said Vũ Minh Tiến, head of the Union Institute.

“At least we are making the first steps,” he added.

But Hoa cannot wait.

She is 35 now while the average age of garment workers is 30.4 and the turnover rate is about 40 per cent a year.

“I know it all, that my wage is too low, that the working conditions are bad, that my body is being destroyed. I know but cannot do anything,” she said in vain. – VNS

(*) Not her real name.

Southern region attracts strong wave of investment from RoK

VNA SATURDAY, MARCH 16, 2019 - 19:07:00 [PRINT](#)



Textile-garment and footwear industries are a magnet for investment from the RoK in the southern region (Photo: VNA)

Hanoi (VNA) – Southern localities of Vietnam has been a major destination for investment from the Republic of Korea (RoK) in recent years, and local textile-garment and footwear industries have proved to be a magnet for an influx of capital from this country.

In late February, the Changshin Vietnam Co. Ltd began the construction of a footwear factory worth 100 million USD in Tan Phu Industrial Park, the southern province of Dong Nai. Covering 14.3ha of land, this plant will manufacture over 27 million pairs of shoes each year when operational in 2020.

This is the biggest foreign direct investment (FDI) project in Dong Nai since the beginning of 2019.

The RoK-invested company has already had two production facilities in the province's Thanh Phu Industrial Park, including a shoe sole painting workshop invested with 4 million USD.

In the nearby province of Binh Duong, the local administration recently licensed the Kyungbang Vietnam Co. Ltd to raise its investment capital by 40 million USD to boost the production capacity to 9,000 tonnes of cotton fibres and 11,000 tonnes of blended fibres per year.

With such additional capital, the firm's project now has total capital of more than 219 million USD.

Statistics from localities in the southern key economic region show that the RoK has continually been among the top sources of FDI capital here.

In 2018, the RoK took the lead among countries and territories investing in Dong Nai with about 40 projects worth over 234.2 million USD. Meanwhile, it ranked second among foreign investors in Binh Duong with total registered capital of over 302 million USD.

Korean companies mainly invested in industrial production like footwear, fibre, textile, electronics, and machinery manufacturing. They are planning to develop many projects in supporting industries in the coming time to supply materials for these production sectors.

At a recent meeting with Dong Nai's authorities, Vice Consul General of the RoK to Ho Chi Minh City Chung Minchul said a large number of Korean firms are operating profitably in the province, so they want to expand their investments.

Director of the Binh Duong provincial Department of Planning and Investment Nguyen Thanh Truc noted as of the end of 2018, Korean businesses had poured more than 2.7 billion USD into some 600 projects in Binh Duong, including Kolon Industries (220 million USD), Kyungbang Vietnam Co. Ltd (over 219 million USD), and Kumho Tire Vietnam Co. Ltd (128 million USD).

Most RoK investors in Binh Duong have enjoyed effective production and business performance. Most recently, 27 Korean companies operating in various fields like cosmetics, nutritional supplements, electronic components, construction, and garment manufacturing have come to explore investment chances in the province.

Thanks to promotion efforts, the FDI inflow from the RoK is forecast to increase even more strongly in the time ahead, Truc added.-VNA

Vietnamese garment firms struggle to conquer domestic market

SGGP Friday, March 08, 2019 15:10

Domestic garment market has a great potential as world famous fashion brands have been increasing their presence in Vietnam's market. Amid the situation, local garment companies have adopted marketing strategies so as to promote their approach to customers and increase market share in home ground.



Vietnam's fashion products struggle to compete with imported ones. (Photo: SGGP)

Vietnam's garments exports have posted high growth for many consecutive years with export turnover always 5-10 percent higher than previous year. Up to now, Vietnamese garments have been available on the market of nearly 200 countries. Last year, garments exports exceeded US\$36 billion, up 16.1 percent compared to that in 2017. Although Vietnamese garment companies have showed great performance in export, they are still struggling to gain ground right on their home ground.

Mr. Vu Duc Giang, chairman of the Vietnam Textile and Apparel Association (VITAS), admitted that despite several barriers from large markets, garments and textiles industry was extremely successful in export last year but it faced difficulties in domestic market. Growth of garment products of large producers in domestic market was extremely low with some even much lower than their set targets.

According to Mr. Giang, when free trade agreements become effective, import tariffs reduce and retail market is opened for foreign enterprises, several foreign fashion brands including Zara,

H&M, Topshop and Old Navy have landed in domestic market and directly competed with Vietnamese ones. Meanwhile, local fashion industry has not actually kept pace with global fashion trend yet. Fashion designers and firms still have to do things on their own as there is no school for training of professional fashion designers.

In addition, local consumers tend to prefer imported clothes to domestically-made ones despite the campaign to encourage Vietnamese people to give priority to made-in-Vietnam products.

How to effectively approach domestic market is an urgent matter for garment firms this year. According to the VITAS, there are five factors to achieve sustainable development for garments industry.

Particularly, firms have to carry out strategy to develop technology. Of which, they have to build 3D technology for fashion creation as human cannot meet the rapid movement of market. Next, they have to build resources ; which means that they have to have the ability to train professional designers, increase their fashion vision and foreign language in order to update global fashion trend.

In addition, firms have to set up distribution network. Of which, they cannot skip the traditional distribution network but also have to focus on e-commerce channel because consumers, especially young ones, tend to go shopping online these days. At the same time, they have to standardize their business ethics and services and catch up with the fashion trend so as to be responsible for their products till the end to build trust in consumers.

Lastly, the Government should build industrial zones which include waste water treatment facilities and call for investment into fiber textile and dyeing factories to complete the fabric production chain for garments industry. This will be the foundation to localize fabric source in order to help garments and textiles industry to shift from processing to designing and exporting garment products under Vietnamese brands. More importantly, by this, local firms will be able to make the most out of free trade agreements that the country has signed.

Although it remains difficult for local garments firms to enter domestic market, some firms have had detail solutions. For instance, Phuong Dong Garment Company with FHOUSE brand will establish a commercial company to draw out trading strategy for this brand to return to home market. At the same time, it also has solution to develop designing and materials to make products that meet demand of local consumers. As for Corporation 28, besides upgrading machinery to improve productivity and quality and reduce cost prices, the firm has opened more stores for consumers to approach its products more easily. It also sends its products into supermarkets to gain market share and increases market coverage for their products to be easily recognized by consumers.

Besides, firms which used to mainly focus on export have also started to aim for domestic market. Small firms also become more positively in winning consumers by investing in designing, improving product quality and restructuring cost prices.

The human cost of fast fashion

Aaisha Dadi Patel 13 Mar 2019 13:43



(Carlo Allegri/Reuters)

Lauren Dixon-Paver faced a dilemma a couple of weeks ago when she needed to get a new pair of pants: for over a year now, the 25-year-old graphic designer has made a concerted effort not to buy new clothing from fast-fashion retailers. Dixon-Paver, who also runs a YouTube channel which focuses on craft and sewing tutorials, has been a consistent critic of the fast-fashion industry for two reasons: the ways in which it oppresses workers in far-flung countries, and encourages mindless shopping. She got her first sewing machine when she was 12, and has been making much of her own clothing since.

The fast-fashion industry exploits people in far-flung, often Eastern, developing countries, using cheap labour to quickly mass-produce clothing that keeps up with trends.

These trends are quick-evolving, and as soon as something's outdated,

people simply don't want to buy it anymore; **Bloomberg reported in March last year** that H&M had a record piled-up inventory of unsold garments worth more than \$4 billion.

A report compiled by Oxfam Australia called 'Made in Poverty: The true price of fashion' highlights the human cost of fast fashion. The report, part of the 'What She Makes' campaign, surveyed 470 workers at factories in Bangladesh and Vietnam, and found that they live on "poverty wages," with many earning the equivalent of just over R5 an hour. 100% of the women surveyed in Bangladesh, who are employed at factories which supply brands including H&M and Cotton On, are unable to make ends meet.

Jehan Ara Khonat, co-owner of modest fashion and lifestyle store My Online Souk, says analysing the social structure of trends is integral to understanding how fast-fashion operates. "As soon as the fast-fashion industry catches on to what's trending, an elite group creates something else to differentiate themselves. Fast-fashion companies make it available for the masses, and the cycle continues."

What She Makes

The What She Makes campaign is calling for big clothing brands to pay the women who make clothes that they sell a living wage. "The women who make our clothes do not make enough to live on – keeping them in poverty. Despite long hours away from their families, working full time plus many hours of overtime, big clothing brands do not pay garment workers enough money to cover the basics of life – food and decent shelter," the **campaign website reads**.

According to the report, available on the website, one factory owner in Bangladesh reported the extensive measures a company had taken to keep the clothing they produced safe in case of a fire, but a lack of interest from the very same company in fire safety measures for the workspaces where the people who sew the clothes spend the better part of their day.

One of the workers that Oxfam spoke to, 20-year-old Fatima, lives in a two bedroom apartment with 10 other people, including her landlord, and sleeps on the floor. When Fatima gets paid late, she stresses about paying rent on time and getting money to her sick mother, who lives in a rural area in Bangladesh. As is sometimes the case with outsourced contracts, Fatima's seniors don't always pay her and her colleagues their full agreed-upon wage. "The owner doesn't know about this, that the line chief keeps our money," she says. If Fatima has low wages some months, she forgoes her budget for food, sending the money to her mother instead.

Another woman that Oxfam interviewed, 22-year-old Forida, earns the equivalent of R3.50 an hour. This is below the minimum wage in Bangladesh, because deductions have been illegally taken from her overtime wage for mistakes and not meeting unrealistic daily targets. "I feel embarrassed when I am scolded in front of so many people [when I make mistakes] and then I feel bad about myself because I'm not able to do the work properly. If I could do the work properly, then I wouldn't be scolded so hard and this makes me cry."

Forida and her family - her husband, mother-in-law, and toddler son - live in a hot and cramped compound with six other families, including her landlord's. There is just one toilet and place to bathe for the whole compound, and two shared cooking areas. Her income usually runs out before the end of each month, leaving them without food. "If we were paid a little more money, then I could one day send my son to school," she says. "I could provide food for the last week of the month. We could live happily, we could lead a better life."

As part of the campaign, Oxfam have initiated a company tracker to monitor the progress that brands are making, with both Cotton On and H&M ranked as having taken action to be transparent and committed to change.

But for now, stories like Fatima's and Florida's still remain a reality. "People are working in awful conditions to make clothes for us, so we can buy fantastic bargains," says Dixon-Paver.

EXOTIC FIBRES **Why bananas could be the fabric of the future**

By Anand Chandrasekhar

This content was published on March 15, 2019



While the fruit is easy to offload at the market, the pseudostems are a waste product that need to be disposed off. (*Keystone / Piyal Adhikary*)

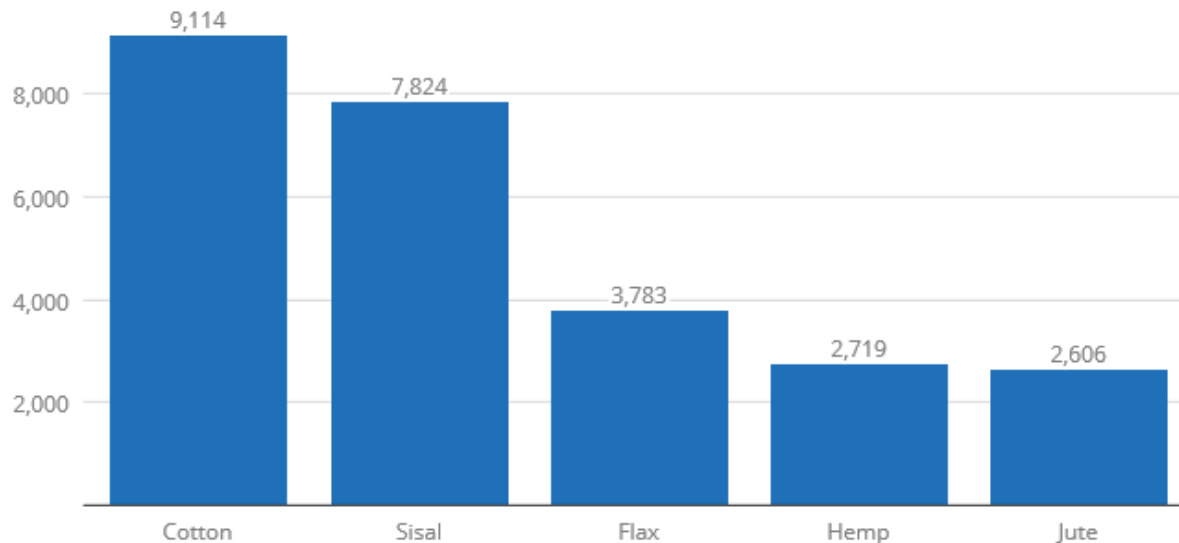
Cotton is the king of natural fibres, but its large water footprint can create problems in areas where it's grown. Can Swiss experiments with fibres from banana stem, nettle, wood or flax offer better alternatives?

India is one of the world's largest cotton producers and exporters. However, the Cotton Association of India has been in a bit of a bind this year. It has already had to lower its cotton yield estimate for the 2018-2019 season [three times](#)^{external link}, always because of lack of water. Drought-like conditions in parts of India have even forced farmers to uproot their crops to preserve what little moisture remains in the soil.

"The water consumed to grow India's cotton exports in 2013 would be enough to supply 85% of the country's 1.24 billion people with 100 litres of water every day for a year. Meanwhile, more than 100 million people in India do not have access to safe water," states an [article in The Guardian](#)^{external link}

Global average water consumption of plant-based natural fibres (litre/kg)

Includes blue (surface & ground water), green (soil water) and grey (pollution dilution) water.



Source: [The Water Footprint of Modern Consumer Society](#) • [Get the data](#)

SWI swissinfo.ch

Bananas also present a dilemma for Indian farmers, but for a different reason. The part of the plant that bears the fruit, known as the pseudostem, has to be removed after each harvest. The removal process that costs farmers around INR8,000-10,000 (CHF112-140) per hectare. India is the world's largest banana producer, but most of the fruits are consumed domestically.

Swiss innovation

[A project external link](#) at the Lucerne University of Applied Sciences in Switzerland is researching ways to convert the banana pseudostem into yarn that can be used in clothing, aiming to make a more sustainable material.

“The main selling point is that unlike cotton, banana fibre is a waste product,” says project leader Tina Moor. “The objective of our project is to make prototype textiles to show companies and generate interest.”

Textile designers normally start with yarn, but in this case it was up to them to produce it. When the Lucerne team visited India, they found that the Navsari Agricultural University in the state of Gujarat was experimenting with making fibres but did not have any yarn available. Moor tried to get jute mills in India to make yarn from the fibre, but they were not interested. “I took 40 kilos of banana fibres from India to Switzerland and tried to work with it,” says Moor.

After much trial and error, Moor managed to develop a spinning process from the core of the banana stem that yielded a fine and beautiful yarn. She then made fabric samples from the yarn and hopes to show them off to retailers at a textile expo in March.

