

## Sommaire / Summary

|                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 🌿 Algérie : La plus grande usine de textile entre en service                           | 1  |
| 🌿 Bangladesh : BGMEA to get 500 acres in Mirsharai economic zone                       | 3  |
| 🌿 Bangladesh : Beyond the sewing machine – ILO exhibition                              | 4  |
| 🌿 Bangladesh : First meeting of wage board for apparel workers held                    | 7  |
| 🌿 Cambodia : Apparel groups (H&M, Gap,...) urge Cambodia garment industry reform       | 8  |
| 🌿 Cambodia : Sochua's suspension appeal « treasonous »                                 | 11 |
| 🌿 Coton : Cours en nette hausse                                                        | 13 |
| 🌿 Egypte : Le programme QIZ textile rapporte des millions à Israël                     | 14 |
| 🌿 Espagne : Concurrencés par Internet, Zara et le suédois H&M organisent leur défense  | 20 |
| 🌿 France : Lectra lance Lectra Connected Design et Lectra Connected Development        | 23 |
| 🌿 France : Le Fast-Fashion, des conséquences sociales, sanitaires, environnementales   | 25 |
| 🌿 France : Des étudiants du MiM récompensés par le Chaire Lectra-ESCP Europe           | 28 |
| 🌿 Haïti : Fermeture d'au moins huit entreprises du secteur textile                     | 29 |
| 🌿 Haïti : Bras de fer entre le Président et les ouvriers du textile                    | 31 |
| 🌿 India : Amazon tweaks seller fees to push deliveries                                 | 33 |
| 🌿 India : Cotton plantings to fall by 12 % as pesticide dents farmer's income          | 35 |
| 🌿 India : Textiles ministry launches wellness programme for workers                    | 37 |
| 🌿 India : Top Indian official calls for increased fibre production                     | 39 |
| 🌿 India : H&M is in dialogue with govt on sourcing norms                               | 40 |
| 🌿 Jordanie : Elle suspend son accord de libre-échange avec la Turquie                  | 44 |
| 🌿 Laine : Comment est née la nouvelle image de la laine ?                              | 45 |
| 🌿 Mali : Produire 750.000 tonnes de coton pour conserver sa place de leader en Afrique | 48 |
| 🌿 Maroc : Decathlon Maroc ouvre les portes de son « laboratoire industriel »           | 49 |
| 🌿 Maroc : L'Esith dévoile sa nouvelle stratégie                                        | 53 |
| 🌿 Monde : Evaluation des risques du secteur textile-habillement selon la Coface        | 58 |
| 🌿 Monde : Fashion is an environmental and social emergency                             | 60 |
| 🌿 Nigeria : Cotton farmers accuse China over collapse of textile industries            | 62 |
| 🌿 Tunisie : le secteur textile retrouve ses couleurs ?                                 | 64 |
| 🌿 Tunisie : JF Limantour : « Toujours en convalescence, le textile tunisien va mieux » | 65 |
| 🌿 Tunisie : interview de Mohamed Tazi, Directeur général de l'Amith                    | 69 |
| 🌿 Tunisie : Selon Moody's, la dette publique de la Tunisie atteindra 73 % en 2019      | 72 |
| 🌿 Tunisie : Un scanner de Sartex pour l'hôpital de Ksar Hellal                         | 75 |
| 🌿 USA : Trade groups tell Trump his China tariffs risk a « chain reaction »            | 77 |
| 🌿 USA : L'industrie américaine du textile alerte Wahington pour les tarifs douaniers   | 79 |
| 🌿 USA : Gap wants all tier 1 suppliers to pay garment workers digitally                | 82 |
| 🌿 USA : Wahington dépose une plainte contre l'Inde à l'OMC                             | 85 |
| 🌿 Vietnam : CPTPP expected to benefit Vietnam's textile, garment sector                | 88 |
| 🌿 Vietnam : Bright days for Vietnam's leather, footwear sector                         | 90 |

\*\*\*\*\*

20 mars 2018

# La plus grande usine de textile en Algérie entre en service



**Algérie – 60% de la production de ce complexe sera destinée à l'exportation et emploiera quelque 25 000 personnes.**

Le Complexe de textiles de Relizane, plus grande usine du genre en Algérie, est officiellement entrée en service le 15 mars dernier, indique ce lundi un communiqué du ministère de l'Industrie.

La première usine de filature du Complexe des Textiles de Relizane a ainsi démarré sa production le 15 mars 2018, indique le communiqué.

“Le démarrage se fait d’une manière progressive, soit après les essais de chaque phase de process. La production attendue à l’issue des essais, qui s’étaleront jusqu’au 15 avril 2018 pour l’ensemble de la ligne filature Denim, est de l’ordre de 20 tonnes/jour/équipe, en attendant le passage progressif au régime de 03 équipes/24 heures.”, précise-t-on.

Selon le département de Youcef Yousfi, avant la réception des installations de tissage, finissage de tissus Denim et la confection, prévues fin de l'année en cours et cela d'une façon progressive, les filés seront destinés à l'exportation conformément aux engagements du partenaire.

## **Un projet prometteur**

Réalisé dans le cadre d'un partenariat, conclu selon la règle des 51/49%, conduit par la société mixte algéro-turque Tayal, détenue par des actionnaires composés des entreprises publiques algériennes C&H, Texalg et la SNTA et la société turque Intertay, filiale du groupe turc Taypa, ce projet porte sur la réalisation, dans une première phase, d'un complexe intégré de production de tissu et d'habillement constitué de huit (08) usines de production avec une prévision de production annuelle de l'ordre de 44 millions mètres linéaires (M/L) pour le tissage, 12.200 T pour la filature et 30 millions de pièces pour les différents produits pantalons, tricot, chemises dont 60% destinés à l'export.

En ce qui est de la seconde phase, elle portera sur l'installation de dix (10) usines spécialisées dans la production des matières premières de tissus (fibres synthétiques) ainsi que des tissus techniques et autres linges maison.

En sus des ateliers de production, les concepteurs du complexe ont également prévu des unités annexes à savoir une école de formation dans les métiers du textile, une cité d'hébergement de 547 logements, une centrale d'énergie (électricité et vapeur) d'une puissance de 35 mégawatts et une station d'épuration conçue pour traiter 10.000 m<sup>3</sup>/jours. Ce projet d'un coût global de 170 milliards de dinars emploiera 25.000 personnes au bout de la seconde phase de son développement.



12:00 AM, March 21, 2018 / LAST MODIFIED: 12:00 AM, March 21, 2018

# BGMEA to get 500 acres in Mirsharai economic zone

The government has decided to provide the Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA) 500 acres of land inside a special economic zone located in Mirsharai of Chittagong in a bid to boost apparel exports in the years to come.

Bangladesh Economic Zone Authority (Beza), which deals with these zones, believes that the move would help garment makers earn \$50 billion from exports by 2021.

The Beza and BGMEA will sign a memorandum of understanding in this regard today.

“BGMEA has a target to export \$50 billion worth of apparels by 2021, but it has no roadmap to achieve the target,” Paban Chowdhury, executive chairman of the Beza, told The Daily Star yesterday.

“The government has decided to provide them the land so that they can set up new factories, create more employment and earn more from exports,” he said.

Chowdhury said the Beza was considering an option to give the BGMEA another 1,500 acres of land inside the same zone.

He said the Beza would be able to complete development works inside the zone by this year and would-be investors could start setting up factories by March next year.

According to him, entrepreneurs establishing their industrial units in the zone or relocating there would get all kind facilities, including tax exemptions on business earnings.

Investors will also enjoy exemptions from VAT on electricity and taxes on sale and self-generated or purchased electricity for 10 years.

All purchases, excluding petroleum products, will get VAT and sales tax exemptions, Chowdhury said.

The BGMEA welcomed the government move saying it would help exporters establish more factories at a convenient place.

Siddiqui Rahman, president of the BGMEA, said they would allocate the land for setting up garment and backward and forward linkage industries.

“Anyone from home and abroad can purchase land at the zone for establishing garment factories,” he said. BGMEA also expects around five lakh new jobs to be created in this zone.



12:00 AM, March 20, 2018 / LAST MODIFIED: 04:25 PM, March 20, 2018

# Beyond the sewing machine – ILO Exhibition

**Ramisa Haque**

Igniting the blazing trail towards promoting gender equality, a photo exhibition, *Beyond the Sewing Machine*, was arranged by the International Labour Organization (ILO) on Wednesday, 7th March, 2018.

Aligned with International Women's Day and hosted at the Residence of the Ambassador of the Netherlands, the provoking exhibition shone light on the work done to empower women as part of the RMG programme, launched by ILO.

Partnered with the embassies of the Netherlands, Canada and the United Kingdom, gracing the event were dignitaries of the diplomatic world such as Ambassador of the Kingdom of the Netherlands, HE Leoni Margaretha Cuelenaere, Md Shamsuzzaman Bhuiyan, Inspector General of the Department of Inspection for Factories and Establishments and Anne-Laure Henry-Greard, Senior Operations and Programme Support Officer of the ILO RMG Programme. Moreover, noteworthy employees and workers of the RMG sectors were among the other attendees.

In response to the epically disastrous collapse of the Rana Plaza building in April, 2013, ILO launched the Improving Working Conditions in the Ready-Made Garment Sector Programme later that year. Striving towards safer and improved fire and building safety in Bangladesh's ready-made garment sector, the RMG programme was nothing short of a phoenix rising from the ashes. With the objectives taking place in phases, the glamorous photo exhibition marked the successful end of the first phase of the programme, highlighting deserving success stories and achievements. With the second phase already duly underway, the masterpieces of the evening was all about

empowered women as a product of the tremendous work carried out by ILO's RMG programme.

Out of the many achievements scored under its belt, ILO's RMG programme has inspected factories to ensure safety, resulting in the closure of 39 such factories failing to meet safety standards, rehabilitating injured workers and providing necessary psychological and medical support and remediation of factories. The ILO's RMG programme has even helped reform the governmental institute of the Department of Inspection for Factories and Establishments to help it become a more credible and accountable body with better inspection tools and a more focused foundational training programmes.



Actions of the first phase also emphasized gender issues and a more gender-inclusive workplace in factories. Empowering female workers was yet another major success of the first phase of the RMG programme. And this is exactly what stole the limelight at the exhibition: women empowerment.

Brilliantly captured by photographer Naymuzzaman Prince, the photos showcased spoke about the empowered roles more and more females were motivated to take on in factories. Whether the stories were of a worker solving a dispute, a seminar on psychological counselling, a labour inspector riding a motorcycle to work or simply a supervisor chatting with a subordinate behind a sewing machine – at the centre of it all stood a woman taking charge in all her glory.

Shammin Sultana, programme officer and gender specialist poured in her two cents, “The main motive of the event is to showcase our progress and what we have managed to achieve so far. Conveying our stories of pride and joy through the powerful medium of photographs can speak to the audience and tell the right narratives.”

Shipra Chowdhury, Training Officer at Better Work Bangladesh, an ILO-IFC flagship programme dedicated to improving working conditions at the factory-floor level also shared, “With the number of female leaders being very low in factories, the reason is probably because they feel they can’t fulfil the responsibilities of the job. They haven’t found their voice yet. That is what we focus on at training sessions. And now, we can see more and more women making the jump from the sewing line to supervisory positions.”

Akhlima, the worker climbing the ladder at a factory for Next Collections Limited shares her story of empowerment, “Starting off as a sewing operator, I’ve been working for Next for six years now. I used to wonder how my supervisor could do it all. I could never imagine myself in his shoes. But now, I see the change and stride in myself the training programmes by ILO has brought on. I’ve been promoted to a supervisor now and I can safely vouch for the safety conditions in the factory I work at.”

The closing speeches at the event were promptly delivered by the Ambassador of the Netherlands among others. Reflecting back, she stipulates, “In the photos, you’ll be able to experience how a female worker has developed skills and accessed promotion. Only a confident, knowledgeable and empowered worker can take control of their own lives.”

And with a few more weighted and ecstatically appreciative words from the empowered female workers relentlessly slaving away in the RMG sector, the merry evening finally drew to a delightful end.



12:00 AM, March 20, 2018 / LAST MODIFIED: 12:20 AM, March 20, 2018

# First meeting of wage board for apparel workers held

The owners and workers' representatives to the wage board for apparel workers were asked to place their proposals on the minimum salary at its first meeting yesterday.

Senior District Judge Syed Aminul Islam, chairman of the board, made the call, said Siddiqur Rahman, president of the Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA), who attended the meeting as the owners' representative. On January 14 this year, the government formed the board that is responsible to recommend a new minimum salary scale for the country's 36 lakh garment workers within six months.

"We mainly got introduced to each other in the first meeting," said Rahman, adding that all the members of the board were present at the meeting. "We will again sit on April 25," he said. He, however, did not say anything about by how much the wage could go up or when the new wage would be announced.

The minimum wage board was formed after the BGMEA requested the government to hike the salaries of the garment workers mainly to avert labour unrest.

In December 2016, nearly 100 factory owners were bound to shut their production units in Ashulia and Savar because of massive demonstrations run by hundreds of workers for a wage hike. The factories were reopened after a negotiation with the labour ministry and trade unions.

A four-member permanent wage board already exists. Whenever a board is announced afresh, two additional representatives—one each from the owners and the workers—are usually included. The three other permanent members of the wage board are: Kazi Saifuddin Ahmed, labour adviser to the Bangladesh Employers' Federation (owners' representative); Fazlul Haque Montoo, executive president of Awami League's workers front Sramik League (workers' representative); and Kamal Uddin, a teacher of Dhaka University (independent member).

Begum Shamsunnahar, women affairs secretary of Awami League (workers' representative) and Rahman of the BGMEA have been added to this year's board.

**The minimum wage was last fixed at Tk 5,300 in 2013, up from Tk 3,000 in 2010.**

## Apparel groups including H&M and Gap urge Cambodia garment industry reform, seek meeting with Hun Sen

Daphne Chen | Publication date 21 March 2018 | 05:45 ICT  
Share



Garment factory workers produce items of apparel at a facility in Kandal province in 2016. Heng Chivoan

A group representing some of the largest apparel brands in the US and Europe – including Gap, H&M and ASOS – expressed “growing concern” on Tuesday over several controversial labour laws and ongoing court cases against unionists described as restrictive and unjust.

In an open letter to Prime Minister Hun Sen, the apparel groups also call for amendments to the contentious [2016 Trade Union Law](#) and ask the government to strengthen the Arbitration Council, a dispute resolution body that has gained a reputation for fairness and independence.

Since the passage of the Union Law, the number of cases heard by the council has plummeted, which unions attribute to the law’s onerous registration rules and other restrictions on unions’ activities.

In the letter, the group, which includes the US-based trade group American Apparel & Footwear Association and the UK-based advocacy group Ethical Trading Initiative, warns that restrictions on freedom of association “will make Cambodia an unattractive and expensive place to do business”.

The groups also call for an end to the harassment of labour activists like Central Director [Moeun Tola](#) and Coalition of Cambodian Apparel Workers’ Democratic Union President [Ath Thorn](#), both of whom are facing criminal charges.

“Five months have passed with little progress in your government fulfilling those commitments,” the letter reads.

In addition, the organizations also ask the government to drop a proposed ban on independent research during the minimum wage negotiation process, as well as a controversial draft law on labour disputes – two floated measures that the Ministry of Labour had already said it would scuttle in October 2017.

The group has asked for a meeting with the premier to discuss its concerns.



Prime Minister Hun Sen takes a photograph with representatives of the garment industry last August on Phnom Penh's Diamond Island. Facebook

Heng Sour, the spokesman for the Ministry of Labour, said “most of the language” in the letter was out-of-date and “not representing reality”.

In particular, he said, the ministry already withdrew the proposed research ban, as well as the labour dispute draft law.

“The ministry will update the facts and real information to the concerned parties once we officially receive the letter,” Sour said.

Asked why the apparel groups had not been informed of the changes, Sour blamed people with “bad intentions” for misleading them. “Our friends will be happy with what

we update them on. They might stop sourcing their information from ill-minded informants in the future,” he said.

Cambodia’s garment industry, which employs more than 700,000 people, is a backbone of the country’s economy, and government officials have expressed concern about potential sanctions from the US and European Union stemming from an ongoing crackdown on the political opposition, civil society and dissenting voices.

Lawmakers for the now-defunct Cambodia National Rescue Party – whose leader was jailed and whose forced dissolution prompted an international outcry – have lobbied international brands and buyers to put pressure on the government.

Former CNRP lawmaker Mu Sochua said the ousted lawmakers have been in touch with the groups in the letter, which she said “demonstrates the brands’ serious concern of the political situation”.

“Ignoring their call for specific actions can lead to their pulling out,” Sochua said in a message. “Not good for the industry when the EU and US considering economic sanctions.”

Ken Loo, of the employer-representing body Garment Manufacturers Association in Cambodia, declined to comment in detail on the letter, but questioned how the Union Law had hindered unions’ rights.

But Solidarity Center Senior Program Officer Khun Tharo said he shared the concerns listed in the letter, including lack of progress on addressing recommendations shared by the International Labour Organization in July.

“So far, we don’t see any action yet in terms of government action to implement that road map,” Tharo said.

“I would believe that the government would consider and would take some significant steps to improve and address the concerns” in light of the letter, he added.

March 20, 2018

## Sochua's suspension appeal 'treasonous'

Mom Sophon / Khmer Times Share:



Mu Sochua, Deputy President of the Cambodia National Rescue Party (CNRP), speaks during an interview with Reuters in Phnom Penh, Cambodia September 4, 2017. reuters

A senior Labour Ministry official yesterday blasted former CNRP lawmaker Mu Sochua for requesting the Australian government to suspend purchasing garment products from Cambodia.

The condemnation came after Ms Sochua, who fled the country in October over fear of being arrested, spoke in an interview with Radio Free Asia, requesting Australia not to buy goods from Cambodia.

Labour Ministry spokesman Heng Sour said Ms Sochua's appeal amounted to treason because she knew workers and their families would be affected if foreign nations stopped purchasing goods.

"The call of unrighteous politicians who ask foreigners to stop buying goods from Cambodia recently is new proof that opposition politicians have no

intention to help workers and Cambodian people to have good living conditions,” Mr Sour said.

“We request the suspension of garment orders produced in Cambodia,” Ms Sochua said in the RFA interview. “But we do not want to go to this level. We want negotiations with Australia and signatories to the Paris Peace Accords to find a solution and to ensure free and fair elections.”

Mr Sour said Cambodians would be better off if no opposition politicians poisoned the environment abroad.

“The actions of the opposition are completely contrary to the ambitions and aspirations of the government that has always done everything to attract foreign investors and aid to build infrastructure such as roads, electricity and ports to create better jobs for our workers,” he said.

“I believe that one day Cambodian workers will file a lawsuit against these politicians attempting to destroy the workers’ interests and livelihood,” he added.

Mr Sokha was charged with treason last year over comments he made in 2013 video footage from Australia-based CBN news, which showed him saying the US government had been helping him to push for regime change in Cambodia since 1993.

The CNRP was then dissolved by the Supreme Court in November and 118 senior party members were barred from politics for five years.

The National Trade Union Confederation also issued a statement yesterday, condemning Ms Sochua over her appeal.

“Such a statement is the worst message for the Cambodian people, including workers, farmers, traders, labourers, tuk-tuk and taxi drivers who depend on this sector. It will make workers frustrated and very angry,” said NTUC leader Far Saly.

“If this sector faces a serious economic crisis without orders, investors would move to other countries and workers would lose their jobs, making them lose income to support their livelihoods,” Mr Saly added.

In 2017, there were 1,154 garment and footwear factories with more than 770,000 workers, while the total export value of garments, textile and footwear was more than \$7.6 billion, according to the Ministry of Labour.

## Le cours du coton en nette hausse

Elisabeth Studer – 17 mars 2018 – [www.leblogfinance.com](http://www.leblogfinance.com)



Pleins feux sur le coton ! Le **cours du coton** affiche désormais un gain de plus de 6% depuis le début de l'année, s'échangeant à 83 cents la livre après avoir atteint, en début de mois de mars, 85,41 cents. Ce qui correspond à son niveau le plus élevé depuis juin 2014.

La fibre – matière première indispensable au secteur textile – est soutenue par des perspectives encourageantes.

Dans son dernier rapport mensuel, le ministère américain de l'Agriculture (USDA) a en effet relevé sa prévision d'exportation de coton de 300 000 balles, la portant à 14,8 millions de balles. Raisons invoquées : une demande mondiale plus forte et ainsi que l'anticipation d'expéditions plus élevées que la moyenne au cours de la deuxième moitié de l'année.

**Les stocks américains ont par ailleurs été réévalués à la baisse, passant de 6 à 5,5 millions de balles.**

La nouvelle tendance actuelle est d'autant plus importante à signaler que le 9 février dernier, les analystes observaient encore que **le cours du coton** avait baissé pour la troisième semaine consécutive. Il était alors affecté par un rapport du ministère américain de l'Agriculture sur l'offre et la demande de produits agricoles dans le monde, évoquant notamment une hausse de la production mondiale.

A cette date, la livre de coton pour livraison en mars, le contrat le plus actif sur l'Intercontinental Exchange (ICE), avait fini à 76,68 cents contre 77,30 cents à la clôture la semaine précédente (-0,80%), retrouvant ainsi ses niveaux de la fin décembre.

L'indice Cotlook A s'affichait alors à 86,70 dollars les 100 livres contre 87,85 dollars la semaine précédente (-1,33%).

Sources : AOF, AFP

[Paul Cochrane](#)

Mars 2018

## « Made in Egypt » ? Le programme discret sur le textile qui rapporte des millions à Israël

Le Congrès américain a promulgué en 1996 le programme d'exonération de taxes pour normaliser les relations israélo-égyptiennes. Selon les activistes du mouvement BDS, les choses sont allées trop loin



Des Américaines achètent des vêtements dans un centre commercial du New Jersey pendant les soldes du Black Friday (AFP)

**LE CAIRE** – Disney et d'autres marques figurent dans le collimateur d'activistes du mouvement Boycott, Désinvestissement, Sanctions (BDS) en raison de leurs liens avec un programme controversé qui permet aux fabricants égyptiens d'exporter des vêtements vers les États-Unis sans payer de taxes à condition toutefois d'utiliser des matériaux israéliens.

Ce programme promu discrètement, connu sous le nom de « *Qualifying Industrial Zones* » (QIZ), a été promulgué par le Congrès américain en 1996 dans le but de « [normaliser](#) » les relations entre Israël, l'Égypte et la Jordanie à travers une coopération économique.

Grâce aux QIZ, les fabricants israéliens fournissent au moins 10,5 % des matériaux utilisés dans un vêtement. Ensuite, les ouvriers égyptiens dans 705 usines certifiées QIZ cousent le produit final qui est exporté aux États-Unis et exonéré de taxes à hauteur de [5 à 40 %](#), mais généralement de 15 % en moyenne.

## Comment le « Made in Egypt » commence en Israël



[middleeasteye.net](http://middleeasteye.net)

Quand un consommateur achète des vêtements de marques comme Gap, Levi's et Ralph Lauren, selon le Conseil égyptien pour l'exportation de vêtements prêt-à-porter (ERGECE), il n'y a aucune mention de la composante israélienne sur les étiquettes des vêtements, qui indiquent seulement « Made in Egypt ».

Depuis le lancement du programme en Égypte, le pays a [plus que doublé](#) ses exportations de vêtements vers les États-Unis et a généré quelque 8,6 milliards de dollars, toujours selon l'ERGECE.

Cependant, le programme soulève des préoccupations majeures pour les Égyptiens qui rejettent la normalisation des relations avec Israël, un rejet qu'ils avaient exprimé au cours de manifestations contre les QIZ lors des soulèvements de 2011.

« Les QIZ sont détestées en Égypte parce qu'elles lient l'Égypte aux Israéliens », a déclaré Ramy Shaath, un coordinateur du mouvement BDS en Égypte.

Après presque sept ans de crise économique, l'Égypte cherche à se remettre sur pied en faisant passer son secteur de l'habillement et du textile à la vitesse supérieure et en profitant de la hausse des coûts en Asie de l'Est – une stratégie exposée lors de « Destination Africa », une conférence commerciale qui s'est tenue au Caire le mois dernier.

*Middle East Eye* a déduit des conversations entre responsables commerciaux, diplomates et hommes d'affaires présents à la conférence que l'Égypte envisageait de renforcer ce

secteur via les QIZ – et en utilisant le lobby pro-israélien, l’American Israel Public Affairs Committee (AIPAC), pour le promouvoir.

« Honnêtement, votre meilleur collaborateur est l’AIPAC... Saviez-vous que la plupart des membres de l’AIPAC ne connaissaient pas les QIZ ? », a déclaré une ancienne responsable du commerce américain à un diplomate israélien.

Puisque l’AIPAC « dispose d’autant de pouvoir » et passe beaucoup de temps « sur la colline [du Capitole, siège du Congrès américain] », le lobby pourrait contribuer à soutenir le commerce et le « processus de paix », a déclaré l’ancienne responsable du commerce américain.

L’AIPAC et QIZ Égypte n’ont pas répondu aux demandes d’interviews formulées par *MEE*.

Toutefois, Shaath a déclaré qu’alors que l’Égypte multiplie ses QIZ, lui et ses homologues du BDS à Ramallah et en Jordanie – où des QIZ sont également en activité – prévoient des initiatives conjointes pour protester contre ce programme.

## Un avantage fiscal

L’Égypte est très attrayante en tant que centre d’approvisionnement pour les entreprises de l’habillement et du textile en raison de ses bas salaires et de l’accès exonéré de taxes au marché américain, le plus grand acheteur de vêtements de la planète.

Le secteur représente actuellement 2,5 milliards de dollars d’exportations annuelles et emploie environ 1,5 million d’Égyptiens. Les responsables égyptiens présents à la conférence « Destination Africa », qui faisait la promotion du continent en tant que « nouvelle frontière » dans le secteur, souhaitent voir ces chiffres augmenter.

Les exportations exonérées de taxes donnent à l’Égypte un avantage notable sur la Chine, le Bangladesh et la Turquie, les trois plus grands producteurs au monde. Et l’une des façons d’y parvenir est d’utiliser le programme de QIZ.

« Les produits entrent aux États-Unis identifiés comme "égyptiens", mais si un produit est 100 % égyptien et ne fait donc pas partie des QIZ, il n’est pas exonéré de taxes », a déclaré Ramy Shaath.

Le QIZ, a-t-il ajouté, a été vendu abusivement aux Égyptiens lors de son lancement, le gouvernement promettant des exportations de plus de 4 milliards de dollars par an. L’Égypte voulait en fait un accord de libre-échange total avec les États-Unis, pas seulement des QIZ – et a attendu en vain.

« L’Égypte voulait un accord [de libre-échange] semblable à celui qu’Israël a conclu avec les États-Unis, pas un accord moindre. Fondamentalement, c’était une façon de pousser l’Égypte à accepter les QIZ », a déclaré Shaath.

## Qui y gagne réellement ?

Si l’Égypte a pu doubler ses exportations vers les États-Unis depuis le lancement des QIZ, Shaath a indiqué que le programme a également été bénéfique pour les exportations israéliennes vers l’Égypte, qui ont connu un bond considérable, passant de 32 millions

de dollars en 2004 à 93 millions de dollars l'année suivante, pour atteindre 125 millions de dollars aujourd'hui.

Hypothétiquement, pour les États-Unis, les pertes potentielles de recettes provenant des importations, calculées avec un taux d'imposition moyen de 15 %, sont estimées à 1,29 milliard de dollars depuis 2004. En parallèle, sur la base du niveau de contribution minimal requis de 10,5 %, les entreprises israéliennes ont pu gagner quelque 903 millions de dollars.

Comme l'a déclaré le responsable d'une imprimerie israélienne lors de la conférence « Destination Africa » : « Regardez, l'innovation est notre seul moyen de survivre [pour les entreprises israéliennes] ».

Cependant, selon Shaath, peu de marchandises israéliennes entrent réellement en Égypte car leur prix n'est pas compétitif.



Usine de vêtements à Port-Saïd, en Égypte (AFP)

« En gros, un Israélien vend une liste de produits mais il n'y a pas de produit réel. Les fabricants égyptiens se rendent compte qu'ils doivent payer 10,5 % aux Israéliens sous forme de commission pour pouvoir exporter aux États-Unis sans être taxés. Si cela est connu des douanes américaines, alors c'est illégal. Cela inculperait non seulement les Israéliens qui vendent des documents, mais aussi les usines égyptiennes qui les utilisent », a expliqué Shaath.

Le mouvement BDS cherche à mener une action en justice à ce sujet, a-t-il précisé.

Selon l'ERGEC, des allégations portant sur ces pratiques ont visé une entreprise égyptienne il y a environ trois ans. « Je peux vous assurer que cela ne se produit pas aujourd'hui », a déclaré un membre de l'ERGEC.

Alors que les QIZ ont sans aucun doute été bénéfiques pour l'Égypte, elles l'ont néanmoins été beaucoup plus pour la Jordanie. Avant l'accord sur les QIZ, en 1997, les exportations jordaniennes de vêtements vers les États-Unis ne s'élevaient qu'à 3,3 millions de dollars. En cinq ans, ce chiffre a atteint 1 milliard de dollars.

En 2016, la Jordanie a exporté 1,3 milliard de dollars de vêtements, dont 90 % vers les États-Unis. Dans le cadre du programme de QIZ jordanien, 11,7 % du vêtement jordanien devait provenir d'Israël ; ce chiffre a ensuite été baissé à 8,9% en 2004.

Quant à l'Égypte, après le soulèvement de 2011, les exportations de prêt-à-porter vers les États-Unis ont enregistré une baisse régulière, passant de 782 millions de dollars en 2012 à 751 millions de dollars en 2015, avant de connaître leur plus grosse chute (16 %) en 2016 pour atteindre 633 millions de dollars.

Alors que les États-Unis représentent environ la moitié des exportations égyptiennes de vêtements, les fabricants égyptiens veulent ramener les exportations à leur niveau antérieur – au même titre que les entreprises israéliennes, compte tenu des 10,5 % de réduction en jeu.

« Environ 30 % de mes exportations se font vers les États-Unis via les QIZ, ce qui est un avantage important », a déclaré un fabricant de vêtements égyptien lors de la conférence.

### **« Cela en vaut-il la peine ? »**

Alors que la baisse des exportations vers les États-Unis a été attribuée à la méfiance des acheteurs face à l'instabilité en Égypte, il y a eu une autre raison : Disney.

En février 2016, le géant du divertissement s'est retiré d'Égypte, accusant les fabricants de vêtements de ne pas avoir respecté son [programme en matière de normes internationales du travail](#) (ILS).

Le programme de Disney utilise l'indice de gouvernance mondiale (IGM) de la Banque mondiale, qui est basé sur des données du programme « Better Work » de l'Organisation internationale du travail (OIT) et de la Société financière internationale (SFI).



Un homme porte un poncho de pluie à l'effigie de Mickey Mouse (AFP)

Une soixantaine d'entreprises égyptiennes avaient déjà fourni des vêtements et des textiles certifiés Disney avant le retrait de la firme. Selon des responsables égyptiens, des pourparlers sont actuellement en cours avec l'OIT pour faire revenir Disney dans leur pays.

Néanmoins, selon les propos de l'ancienne responsable du commerce américain qui s'est entretenue avec un diplomate israélien et un homme d'affaires égyptien lors de la conférence « Destination Africa », Disney entend revenir et les QIZ ont joué un rôle déterminant dans la décision du géant du divertissement.

« Je dirai [à Disney] : "Sachez que cela suscitera une problématique majeure dans le cœur et l'esprit des Arabes et que cela entraînera un boycott" »

– *Ramy Shaath, activiste au sein du mouvement BDS*

« Voulez-vous vraiment que nous disions aux gentilles familles juives en vacances à Disney World qu'elles n'auront pas droit, dans ce pays et dans vos parcs, à des produits fabriqués dans le cadre de [l'accord de libre-échange israélien] ? », a-t-elle dit à Disney, selon ses déclarations.

Disney n'a pas répondu aux demandes répétées de commentaires formulées par *MEE*.

Ramy Shaath a déclaré qu'il projetait avec d'autres activistes au sein du mouvement BDS de commencer leur initiative conjointe contre les QIZ en adressant une lettre à Disney.

« Je leur dirai : "Sachez que cela suscitera une problématique majeure dans le cœur et l'esprit des Arabes et que cela entraînera un boycott." Je leur conseille de réfléchir à deux fois à cette question : cela en vaut-il la peine ? »

# MODE: CONCURRENCES PAR INTERNET, ZARA ET H&M ORGANISENT LEUR DEFENSE

PUBLIE LE 16/03/2018 A 14H45



AFP/Archives/Emmanuel DUNAND

Investissements logistiques, nouvelles technologies... face à la féroce concurrence d'internet, notamment d'Amazon, les géants de la mode bon marché Zara et H&M mettent les bouchées doubles, en essayant de faire de leurs magasins physiques des atouts pour leurs ventes en ligne.

Séparés par de fines cloisons, quinze plateaux photos dédiés uniquement à la mise à jour du site internet s'alignent dans un recoin de l'immense siège de Zara, près de La Corogne dans le nord-ouest de l'Espagne.

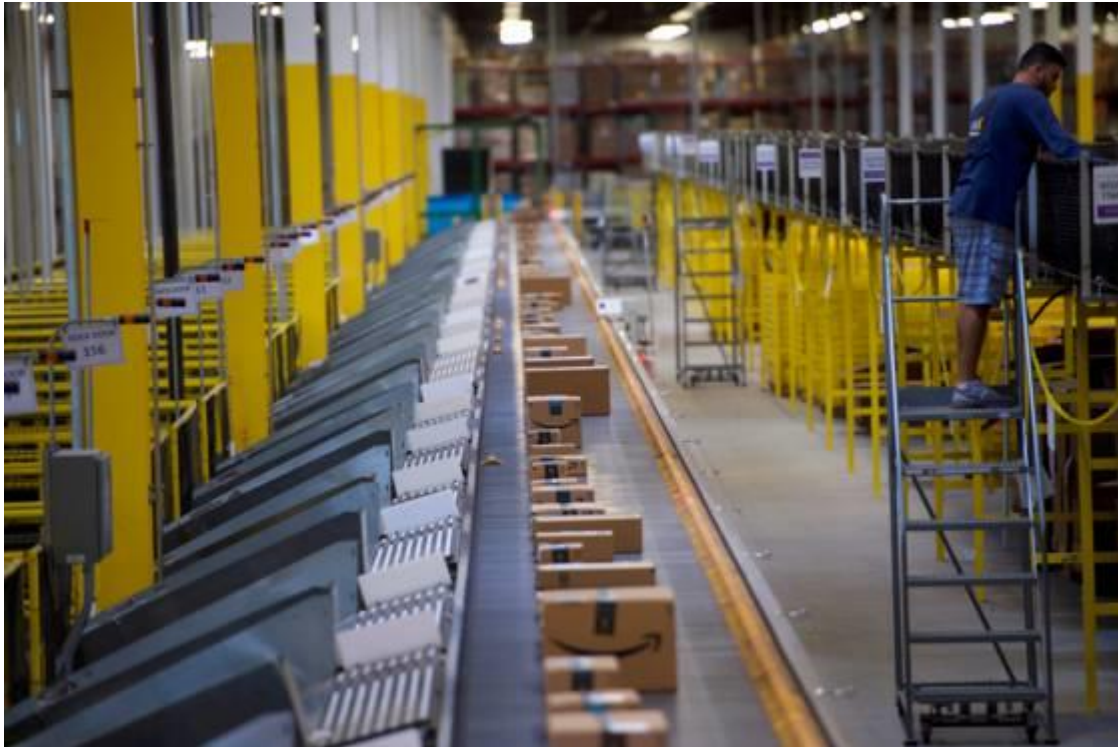
Sous le crépitement incessant des flashes, des mannequins -le casting change chaque semaine- enchaînent les poses, pour obtenir sept photos montrant chaque vêtement sous tous les angles.

Au total, 1.500 photos sont mises en ligne deux fois par semaine, pour coller au rythme de renouvellement des modèles en magasins.

"Les ventes en ligne sont en train de devenir un élément qui contribue de manière significative à la croissance de l'entreprise", assurait mercredi Pablo Isla, PDG du groupe Inditex, propriétaire de Zara. En 2017, ce segment a

représenté 10% des ventes, un chiffre dévoilé après des années de grande discrétion sur un virage pris avec un peu de retard, en 2010.

Acquérir "plus de visibilité online" est le principal défi du groupe s'il veut rester "compétitif à long terme", estime Sergio Avila Luengo, analyste chez IG Markets. Selon lui, Inditex a eu plus de mal à écouler ses stocks en 2017 en raison de la concurrence des ventes textiles d'Amazon.



En Suède chez H&M, on reconnaît que la chute des profits en 2017 est due en grande partie à la concurrence d'internet. Le marché de l'habillement subit "une grande transformation (...) qui représente un défi pour tout le monde", a expliqué le PDG Karl-Johan Persson mi-février. "Les grandes plateformes en ligne comme Amazon et Alibaba nuisent à notre industrie" et les nombreux petits sites spécialisés "sont réellement une force qui doit être prise en compte", selon lui.

Aux Etats-Unis, Amazon était en 2016 le premier vendeur en ligne de vêtements, et il détient même 11% du marché total de l'habillement (19% prévus en 2020), selon des données compilées par Bloomberg. En Europe, le chausseur allemand online Zalando a vu ses ventes bondir de 25% entre 2012 et 2015 et le site de mode britannique Asos de 34%, selon la Fondation E-commerce.

- Défi logistique -

Pour faire face, H&M a dédié 45% de ses investissements à internet en 2017, soit près de 600 millions d'euros, prévoyant un nouveau studio photo et des applications personnalisées pour ses clients. Inditex investit aussi, sans dévoiler de montant.

Les deux groupes étendent progressivement la possibilité d'être livré le lendemain, voire le jour même après une commande online, puis de récupérer ou retourner facilement en magasin les vêtements.

Ces services, cruciaux pour les clients, représentent un vrai défi logistique, face au rouleau-compresseur Amazon, à la "structure logistique bien plus grande, déjà adaptée à tous les types de produits", rappelle M. Avila Luengo.

Dans sa contre-attaque, Inditex a ouvert dans le monde 19 entrepôts uniquement dédiés à internet, gérés comme des magasins à part entière. H&M lui emboîtera bientôt le pas.

L'Espagnol comme le Suédois s'appuient aussi sur leurs milliers de boutiques y compris pour livrer les clients. Lorsque des ventes en ligne sont lancées sur un nouveau marché, "nous atteignons très vite la rentabilité (...) grâce à notre réseau de magasins qui fait de nous une marque célèbre et appréciée", a assuré à des investisseurs le directeur financier d'H&M Jirky Tervonen.

Inditex a lourdement investi dans la rénovation de ses boutiques, supprimant les plus petites au profit d'immenses magasins "étendards" dans les centres-villes. Les deux groupes mettent en place des systèmes pour éviter de rater des ventes en magasin, lorsqu'une taille n'est pas disponible par exemple, en indiquant au client que le produit est immédiatement disponible en ligne.

"La stratégie est de jouer l'omnicanalité, pour que les clients passent d'un mode de consommation à un autre. Les distributeurs qui développent à la fois leurs boutiques et les ventes en ligne sont assez performants", assure Gildas Minvielle, directeur de l'observatoire économique de l'Institut français de la mode.

## LECTRA : Lectra lance Lectra Connected Design et Lectra Connected Development ses nouvelles offres connectées pour la conception et le développement produit

Nasdaq le 20/03/2018 à 17:50

**Lectra lance Lectra Connected Design et Lectra Connected Development ses nouvelles offres connectées pour la conception et le développement produit**

***Les nouvelles solutions de Lectra relient les hommes, les données et les processus et dynamisent les équipes de conception et de développement produit***

**Paris, le 20 mars 2018** - Lectra, le partenaire technologique des entreprises utilisatrices de tissus et de cuir, lance deux solutions collaboratives spécifiquement développées pour les équipes de conception et de développement produit, permettant aux entreprises de mode de respecter des délais toujours plus contraints et gérer rapidement et efficacement des collections intégrant un plus grand nombre de modèles.

Dans une économie numérique, soutenue par l'essor du commerce électronique, les consommateurs exigent désormais une mode personnalisée et innovante, livrée à domicile en un clic.

Les entreprises de mode sont également confrontées à des consommateurs toujours plus exigeants en matière de qualité. Elles cherchent à répondre à cette attente, tout en accélérant la conception et le développement de leurs produits. Les équipes créatives travaillent plus vite que jamais pour renouveler fréquemment leurs collections et les rendre toujours plus désirables. Les équipes de développement produits s'empressent, quant à elles, de transformer les nouvelles créations en produits commercialisables. Le rythme de la mode s'accéléralant, le partage d'informations est devenu vital pour ces équipes.

Lectra a développé deux nouvelles solutions pour répondre aux besoins spécifiques des équipes de conception et de développement : Lectra Connected Design et Lectra Connected Development.

Ces solutions offrent des environnements collaboratifs qui intègrent des applications métier pour agréger, standardiser et stocker les données de toutes les étapes de conception et de développement produit. Au quotidien, les utilisateurs gagnent en sérénité en s'appuyant sur des recherches multicritères, de meilleures liaisons entre les données et des outils et des services innovants qui accélèrent les processus.

Lectra Connected Design facilite la collaboration entre les stylistes, les coloristes, les graphistes,

les designers techniques, et leurs managers en mettant à leur disposition un environnement collaboratif. Tous peuvent s'y connecter via Kaledo®, la suite logicielle de création textile de Lectra et Adobe® Creative Cloud, revoir ensemble les collections, ou partager leurs sources d'inspiration via des applications mobiles dédiées. Lectra Connected Design donne aux utilisateurs les moyens nécessaires pour rationaliser, automatiser et contrôler l'ensemble du processus de conception afin de préserver leur créativité, malgré des délais très serrés.

Lectra Connected Development s'appuie sur les données pour améliorer les échanges entre les modélistes, les responsables de la gradation, les designers techniques, les managers, les responsables méthodes, les placeurs et les équipes de prototypage. Les membres de l'équipe peuvent se connecter via les logiciels de Lectra, Modaris®, sa solution de développement produit 2D et 3D, et Diamino® Fashion, sa solution de placement. Grâce aux bibliothèques de standards et aux applications mobiles intégrées, la création des cahiers des charges gagne en efficacité. Les processus automatisés et les échanges en temps réel permettent aux équipes de développement produit d'éviter les erreurs, et de s'assurer de la qualité et du bien-aller des vêtements.

*« Nous savons que les professionnels de la mode d'aujourd'hui ont besoin de disposer des solutions les plus avancées et de les maîtriser parfaitement pour atteindre leurs objectifs dans des délais contraints », explique Céline Choussy Bedouet, directrice marketing et communication, Lectra. « Nous sommes convaincus qu'en proposant une méthode de collaboration conviviale et totalement innovante, s'appuyant sur une gestion fiable des données, nos deux nouvelles offres accompagneront les équipes de conception et de développement dans leurs efforts pour concevoir des produits de qualité, rapidement et simplement. Elles pourront ainsi déployer leur potentiel maximal et contribuer pleinement au succès de leur entreprise ».*

® Diamino, Kaledo et Modaris sont des marques déposées de Lectra.

#### **A propos de Lectra**

Pour les entreprises qui insufflent la vie à nos dressings, intérieurs de voitures, meubles et plus, Lectra façonne des technologies premium qui facilitent la transformation digitale de leur industrie. Son offre donne aux marques et aux fabricants les moyens de leurs ambitions, du design à la production, mais aussi la reconnaissance et la sérénité qu'ils méritent. Fondée en 1973, Lectra dispose de 32 filiales à l'international et sert ses clients dans plus de 100 pays. Forte de plus de 1 650 collaborateurs, Lectra a réalisé un chiffre d'affaires de € 277 millions en 2017 et est cotée sur Euronext (LSS).

Pour plus d'informations, visitez [www.lectra.com](http://www.lectra.com)

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

E-mail : [n.fournier-christol@lectra.com](mailto:n.fournier-christol@lectra.com)

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

[Communiqué Lectra Connected Design & Lectra Connected Development](#)

dimanche 18 mars 2018

par [Valère Corréard](#)

# La fast-fashion

Toujours plus de choix à des prix toujours plus bas, c'est l'équation de la "fast-fashion". Cette offre de vêtements de prêt-à-porter qui a démocratisé la mode mais dont les conséquences sociales, sanitaires et environnementales sont loin d'être neutres.



70 % de notre garde-robe reste...au placard ! © Getty

Cette mode ne connaît plus les saisons ! Vous vous souvenez d'ailleurs peut-être des éditions printemps-été et automne-hiver de catalogues de vente à domicile ? Sachez que la *fast-fashion* représentée par les Zara, H&M, Primark ou encore Mango pour n'en citer qu'une partie vont jusqu'à proposer une nouvelle ligne par semaine... Objectif : toujours plus d'offres à prix cassés avec un coût

de fabrication vampirisé par le marketing au détriment de tout le reste, le modèle ne tient pas debout.

## **Ce modèle a des conséquences souvent insoupçonnées**

Sur le plan **environnemental** d'abord, l'industrie textile est la plus polluante au monde, juste après le pétrole. Nous achetons en moyenne 60% de vêtements en plus qu'il y a 15 ans alors que nous les conservons moitié moins longtemps.

Je vais enfoncer le clou : il faut l'équivalent en eau de 70 douches pour fabriquer un T-shirt et pendant ce temps... 70 % de notre garde-robe reste...au placard !

## **Si l'impact de cette industrie est très négatif pour l'environnement, il l'est également sur le plan social**

Il ne fait pas bon travailler dans les pays en voie de développement pour la *fast-fashion*, depuis la culture intensive du coton jusqu'aux ateliers de couture ou aux usines de teinture. Le non-respect des normes sanitaires ou sociales élémentaires seraient monnaie courante et bien sûr, tout le monde se renvoie la balle !

"Made in Bangladesh" : des jeans et des tee-shirts, mais à quel prix ?

Les exemples fleurissent dans les médias, je pense notamment à un reportage en Inde diffusé récemment sur France 2 (la face cachée du coton), on y voyait un médecin de campagne constater la multiplication des cas d'autisme chez les enfants vivant près d'exploitations de coton, ou on pense bien sûr aussi au drame du Rana Plaza en 2013 qui avait coûté la vie à plus de 1000 personnes travaillant dans des ateliers insalubres. Les exemples, malheureusement, ne manquent pas. Même si les grandes marques commencent à développer des pratiques plus responsables..

## **Une fois informés chacun peut agir et participer à changer ce modèle**

Comme c'est souvent le cas : le marché tient les ficelles de l'offre...

Avec plusieurs possibilités : la mode éthique (il y a des marques, des plateformes et des logos), la seconde main, le made in France et n'oublions pas la durée de vie de nos vêtements avec la réparation ou même la création: sortez les fils et les aiguilles et si vous êtes largués, je vous recommande justement l'ouvrage d'Emmanuelle Vibert : [Couture Récup', coudre pour résister au grand gaspillage](#), paru aux éditions Rue de l'Echiquier.

Monday 19 March 2018

## Des étudiants du MiM récompensés par la Chaire Lectra-ESCP Europe

Organisé conjointement par ESCP Europe, ESIEE Paris et La Fabrique, le séminaire **Smart Clothes - Connected Object** s'est déroulé du 6 au 14 février 2018 avec à la clé la remise du prix de la Chaire Lectra-ESCP Europe.



Entourés d'enseignants-chercheurs et notamment de **Catherine de Géry**, professeur associé au département Management (stratégie, hommes et organisations) de ESCP Europe, ainsi que de professionnels de l'habillement et des nouvelles technologies dans la mode, des équipes multi-disciplinaires d'étudiants (ingénieurs de l'ESIEE, spécialistes du management d'ESCP Europe et experts de la fabrication de vêtements de la Fabrique) ont été amenés à mettre leur expertise (marketing, management de l'innovation et design thinking, innovation technologique et électronique, management de la mode) au service de trois projets exploratoires (sur les thèmes de la sécurité, de la santé et de la performance) pour le compte d'un équipementier sportif français.

Au-delà de l'acquisition des connaissances et des compétences, le but de ce séminaire était de leur apprendre à travailler ensemble dans la diversité culturelle, enjeu professionnel majeur des projets d'innovation.

Onze équipes composées d'étudiants des trois écoles, et notamment 22 de l'option "Innovation à l'ère du numérique" du Master in Management (MiM) ESCP Europe, ont proposé à cet équipementier sportif des solutions innovantes (technologiques ou d'usage) et des recommandations d'interactions avec ses consommateurs.

C'est celle composée de **Veronica Whaba Girgis Nabil (ESCP Europe)**, **Téo Vincent (ESCP Europe)**, Fatima Zunara (ESIEE MS ITMP), Khalid Essalmi (ESIEE MS ITMP), Manon Brousse (La Fabrique) et Léa Meurillon (La Fabrique) qui a remporté le prix de la Chaire Lectra-ESCP Europe Mode & Technologie au terme du séminaire.

# Haïti : fermeture d'au moins huit entreprises du secteur textile

LOOP NEWS CREATED : 12 MARCH 2018 [POLITIQUE](#)



**Administration Générale des Douanes, plus d'une semaine de paralysie des activités**

336

Le bras de fer entre le ministre de l'Économie et des Finances Jude Alix Patrick SALOMON et les grévistes de l'Association des Agents douaniers haïtiens a un impact certain l'économie du pays.

Après une semaine de paralysie de l'Administration générale des Douanes (AGD), déjà huit entreprises du secteur textile ont fermé leur porte.

Non-accès aux marchandises bloquées dans la douane, incapacité à respecter les commandes de certains clients, faute d'approvisionnement en matières premières, sont quelques-unes des raisons évoquées pour ces fermetures.

En outre, le plus grand parc industriel d'Haïti, le parc Caracol comptabilisant plus de 9,000 emplois en 2015 et touché par ce mouvement de protestation en continuité dans les douanes est aussi menacé par un arrêt de travail.

Malgré les chiffres alarmants du ministre des Finances faisant état de 150 millions de gourdes de perte en moyenne par jour enregistré par l'État haïtien, la position des grévistes n'a pas changé.

Michelson Nelson, porte-parole des agents douaniers a confirmé le maintien de la grève cette semaine.

Soulignons néanmoins, la présence remarquée de certaines unités de la police nationale à la douane de Port-au-Prince. Cette décision prise par le gouvernement vise à prioriser une reprise des activités de travail au niveau de l'administration générale des douanes et éventuellement dans les autres structures douanières sur le territoire national.

# Haiti-travail: vers un nouveau bras de fer entre le président Jovenel Moise et les ouvriers du textile

17 mars 2018

**Le syndicaliste Dominique Saint-Eloi juge les déclarations du président Jovenel Moise selon lesquelles on ne pourra pas doubler le salaire minimum à une forme de provocation.** « C'est une provocation, une déclaration révoltante », a réagit le coordonnateur de la coalition nationale des ouvriers haïtiens, Dominique Saint-Eloi suite aux propos du président Jovenel Moise affirmant vendredi, qu'il sera impossible de doubler le salaire minimum.

Le chef de l'Etat a fait ces déclarations lors d'une visite à Santo Dujour, un parc industriel en construction a Santo 19, dans la commune de Croix-des-Bouquets. Un parc qui, de l'avis d'un de ses propriétaires, Charles Henry Baker Junior, aura la capacité de créer 10 mille emplois et générer plus de 250 millions de dollars d'exportation par an.

S'exprimant samedi sur Radio Kiskeya, Dominique Saint-Eloi a invité les travailleurs du textile à unir leur force pour défendre, d'une seule voix, un salaire minimum de 800 gourdes par jour.

Depuis aout 2017, les salaires de base pratiqués dans le pays se situent dans la fourchette allant de 290 gourdes pour le personnel de service à domicile à 400 gourdes dans certains secteurs dont les institutions financières, les supermarchés, les bijouteries et les cabinets de médecins.

Dominique Saint-Eloi réclame, comme en 2017, un salaire minimum de 800 gourdes et des mesures d'accompagnement qui, précise-t-il, "ne doivent pas s'apparenter à de l'assistanat comme cela se fait actuellement au parc industriel

métropolitain.

En 2017, le secteur de la sous-traitance a été paralysé pendant plusieurs semaines par des protestations d'ouvriers réclamant un salaire minimum de 800 gourdes.

## Amazon tweaks seller fees to push deliveries

By Mugdha Variyar Mar 19, 2018, 08.26 AM IS



BENGALURU: Amazon wants to encourage sellers on its platform to focus more on their local markets to deliver products cheaper and faster to customers, and is looking to push certain categories such as apparel and grocery.

The local unit of the American ecommerce giant brought about several changes to its seller fee structure, making it cheaper for sellers to ship locally so as to increase delivery speed and induce more customer buying, while increasing costs for regional

and national shipping.

Amazon reduced the fees for selling on the platform by up to 70% in categories such as daily essentials and apparel, but increased those by up to 50% for items like shoes, home improvement accessories, powerbanks and charges. Overall, the fees will increase for 24 categories and fall for 32. There will be no change in 48 categories, including mobiles, laptops, books and small appliances.

In a bid to push groceries, the seller fees in the category have been reduced to 3% from 7%, as the company takes on Alibaba-backed Big-Basket and Flipkart which is entering the space. The company is also evidently giving a push to its fashion category, where Amazon lags behind the Flipkart group, by reducing seller fees in apparel to 17% from 19.5%.

Amazon said the new rates would apply to all sellers on the marketplace but did not comment on Cloudtail and Appario, two sellers in which ..

# Changes in Rate Card

## Why is Amazon changing its fee structure?

To make products cheaper for sellers to ship locally

To increase costs for regional and national shipping



To increase delivery speed &  
induce more customer buying



Co reduced the fees  
by up to **70%** in  
categories such as daily  
essentials and apparel

---

Rates up by **50%** for  
items like shoes, home  
improvement accessories,  
powerbanks

---

Fees increased for  
24 categories and  
reduced for 32



## Cotton plantings to fall by 12 percent as pesticide dents farmers' income

By Reuters | Published: 20th March 2018 03:08 PM |



Image for representational purpose only.

MUMBAI: Cotton planting in India, the world's top producer of the fibre, could fall 12 percent in the 2018/19 crop year as infestation by the pink bollworm has slashed farmers' incomes and prompted them to choose other crops, industry officials said.

The reduction in planting area could cut into export supply from India and further bolster global cotton prices, which earlier this month hit their highest since June 2014.

"We are expecting lower sowing in Maharashtra and Telangana due to pink bollworm attacks. Many farmers in these states are likely to switch to other crops like soybeans," said Atul Ganatra, president of the Cotton Association of India (CAI).

Infestations slashed crop yields and forced farmers to increase pesticide costs in the western state of Maharashtra and Telangana in the south, both key cotton producers.

Pink bollworms consume the fibre and seeds inside a cotton plant's boll, or fruit, and yields fall.

The area under cotton could fall to 10.8 million hectares in the 2018/19 marketing season that starts at the beginning of October, down from 12.26 million hectares in the current year, Ganatra estimated.

Most Indian farmers start planting cotton, which requires lots of moisture, with the onset of monsoon rains in June, although those with irrigated fields can start as early as May.

"I spent 35,000 rupees (\$536.85) on pesticides to control pink bollworms, but still the pest thrived. This year yield was 400 kg per acre against last year's 900 kg," says Sudhakar Pawar, a farmer from Wardha, around 720 km east of Mumbai.

Pawar is planning to cut his cotton to 2 hectares (5 acres) in the upcoming season, down from 5 hectares, and raise his soybean acreage.

Indian farmers have adopted genetically-modified seeds known as Bt cotton that are resistant to bollworms, but it hasn't stopped the infestations.

The technology transformed India into the world's second-largest exporter of cotton after the United States. Pink bollworms, however, have developed resistance to the technology.

# Textiles ministry launches wellness programme for workers

**19** Mar '18



Courtesy: Ministry of Textiles

In a bid to introduce best global practices and technological up-gradations in the embroidery sector, the ministry of state for textiles has launched a unique wellness programme aimed at the overall development of the workers employed in the sector. The move is expected to bring relief to almost 45 million people associated with the industry.

Despite the prevalent world status, the [textile](#) sector has been experiencing new difficulties, largely due to technological obsolesces and fatigued workforce. Taking this into consideration, Embroidery Intelligence Quotient (EMBiQ) commissioned an expert panel to conduct an in-depth study of the varied working conditions and associated health risks of all departments of the apparel industry.

The programme was unveiled by Ajay Tamta, minister of state for textiles, along with HKL Magu, chairman Apparel Exporters Promotion Council and Sudhir Dhingra, chairman, Orient Craft Ltd.

The EMBiQ wellness programme is a comprehensive programme covering lifestyle changes, nutrition, yoga and exercises, which can be followed easily to overcome the health issues faced

by the workers in the sector, specifically, while performing their job-role. It incorporates well researched diet plan which is both effective and affordable and safety guidelines aimed at avoiding accidents in each function. Keeping in mind the immediate need of a wellness module, it has also been decided to make it available to all workers for free. It is a token of gratitude for their immense contribution towards developing the embroidery sector, the ministry said in a press release.

In times when the apparel and textile industry has been facing stiff competition, the focus must always be on out-of-the-box thinking for improving efficiency and productivity. EMBiQ wellness module is a step in that direction.

"What EMBiQ has offered is unique in the industry. The programmes have not been offered by any existing institute. If we have to make our industry grow, we have to invest in training & development. Any issues that the garment experts have regarding GST & duty draw backs, will be addressed by the government very soon," Ajay Tamta said.

"Apparel industry is the biggest employment generator in the [country](#) with computer embroidery being its forte. It is imperative that the vision EMBiQ has shared and quickly implemented across the industry. It is the tool that can help the Indian apparel expert face the challenge it is facing today," HKL Magu, chairman AEPC.

"At EMBiQ our vision is to empower the apparel industry with the Power of Knowledge by bridging the gap through technical and management education which has been neglected so far in the embroidery domain," Vikas Kapoor, co-founder. (RR)

Fibre2Fashion News Desk – India

## Top Indian official calls for increased fibre production

**20** Mar '18



Fibre production in India should match the projected doubled production of [textile](#) and clothing products by 2025, according to the [country's](#) textile commissioner Kavita Gupta, who inaugurated the regional office of the Synthetic and Rayon Textiles Export Promotion Council in the premises of Southern India Mills' Association (SIMA) in Coimbatore last week.

With an apparel and textile industry revenue target worth \$300 billion by 2025 and India's [cotton](#) and synthetic fibre production at 6.5 billion kg and 2.5 billion kg respectively now, the country needs around 9 billion kg of synthetic fibre to meet the target, she said.

Cotton and synthetic fibres should go hand-in-hand, several newspapers in south India quoted her as saying.

About 2.5 lakh new jobs have been created in the garments and made-ups sector since the government announced a relief package for them in June 2016, she said.

The readymade garment industry is the largest contributor to the country's textile exports and employs about 12 million persons now. (DS)

# We are in dialogue with govt on sourcing norms: H&M's Janne Einola

H&M's Janne Einola on the brand's pricing strategy, strongest markets and why India needs to alter its sourcing norms

Last Published: Mon, Mar 19 2018. 12 55 AM IST

Harveen Ahluwalia



Janne Einola, CEO and country manager at H&M India. Photo: Ramesh Pathania/Mint

**New Delhi:** Janne Einola is confident that the Swedish fashion retailer Hennes & Mauritz (H&M) will soon be the biggest international apparel retailer in India on the back of its new online store, outpacing Spanish fast fashion brand Zara. The 43-year-old has been working with H&M for 21

years and has been spearheading India business as country manager ever since it launched in 2015. The company has just launched its e-commerce platform, in line with the global strategy of online expansion. H&M also plans to open around 17 new brick-and-mortar stores in India in addition to its online store. The company had nearly doubled annual sales in India between December 2016 and November 2017 to about Rs950 crore from Rs491.5 crore.

In an interview, he talks about the brand's pricing strategy, strongest markets and why India needs to alter its sourcing norms. Edited excerpts:

**Aren't you a little late in the day in launching your online store, given that your rivals already have online operations?**

It is early instead. We are one of the first brands that are here on 100% FDI and we are one of the few who are actually launching our own online store. We want to have a home store where we can guarantee the quality of products. Online store is a big milestone as a part of our expansion. With this launch, H&M brand will get more visibility and we can reach the locations where we are not physically present.

The online store is hm.com. We have the same store in 44 global markets and India is the 45th. The online shop will be available for everybody across India. The delivery time for tier-I cities like Delhi Mumbai, Bangalore, Chennai and Hyderabad will be one to two days and for tier-II, it will be three to four days. The delivery fee is Rs149 and the return policy is 30 days.

**How has your pricing strategy worked out in India? Do you plan to alter it?**

Our prices have been the same ever since we launched in India. We did not come with India-specific prices. These are global prices and so is the collection. We don't see any need to touch the prices. Currently, what we are looking at is to offer best quality products in a sustainable way. Our starting price is Rs299 in kids' segment, Rs399 in both women and men.

**Which are your strongest markets?**

India is one of the fastest growing markets for the company. We have been longest in Delhi and we are happy with the sales in all tier-I cities. Tier-II cities are the new markets where we are entering. Chennai is a market that surprised us the most, given the notion that it is a traditional market. We have 29 stores in 12 cities. Last year, we opened 17 stores and we will do

around the same number this year as well, depending on availability of space. We have just opened up in Mysore and Ahmedabad.

### **How has the Indian market changed over the years?**

Digitization has changed a lot of things globally especially the behaviour of customers. It's no longer enough to just have a good product or a good price; it is about customer experience. We have to make it easier for the customers to shop and enhance their experience.

India has changed in terms of ease of doing business. Good decisions have been taken by the government. There were relaxations in the FDI policy.

In terms of fashion, with the emergence of social media, fashion here is no different than fashion globally. Customers are following Indian as well as global celebrities and are excited about global fashion as soon as it enters our stores. We do see an interest for more colours in India.

### **How do you think the recent changes in FDI policy and sourcing norms will help international retailers like you?**

It doesn't really change things; it just gives more time. For the first five years, you can set off the overall sourcing with global sourcing. The changes will enhance the investment interest of many companies for India.

However, there is a room for improvement when it comes to the sourcing norms as these are not really fair. If a company enters with offline stores, it has to comply with the 30% local sourcing norms, even if it is sourcing more than that for global operations. But if it comes via online mode, it doesn't need to comply with the sourcing norms. This doesn't really make sense.

We are also in dialogue with the government on sourcing norms. We have been sourcing from India for 30 years; this should be taken into account. Where you source from should be the criteria, not where or what you source for.

### **How much do you source from India for local and global operations together?**

Let's just say that if we are earning Rs950 crore from here, the sourcing is many times more, in terms of value.

### **What is India shopping for?**

A lot of colour and prints. This summer will be dominated by floral prints. People are strongly going for such dresses. There is also a strong demand for basic wear (everyday wear).

Our studio collections are liked by customers. When I was here to see how the market in India works for the first time, there was a lot more traditional wear than there is now. There has been a tremendous growth in western wear segment in the past few years.

**For 2018, which segment is your biggest bet?**

Kids and ladies. We are huge in the women's section; 70% of the customers who come to our stores are women. We are looking at huge growth in the kids' section, which is a combination of market development and our good quality products. These two will be our biggest drivers.

Where do you shop?

Everything I have in my wardrobe is H&M. I have a few trousers and a sweater from COS (another H&M group brand) but mostly, I wear H&M.

**What is your own style?**

White shirt and (any) pants. I used to wear denim pants with a white shirt and blazer but India is too hot for blazers.

## La Jordanie suspend son accord de libre-échange avec la Turquie

La Jordanie a suspendu un accord de libre-échange avec la Turquie en raison de son impact négatif sur les industries locales, a rapporté lundi l'agence de presse officielle Petra.

Red'Action | Publié le 12/03/2018 à 22h01 | Mis à jour le 12/03/2018 à 22h01



La Jordanie a décidé de suspendre l'accord sur une recommandation du ministre de l'Industrie et du Commerce, Yarub Qudah, en vue de soutenir les industries locales et le secteur agricole afin de renforcer leur compétitivité.

La décision du cabinet vise à réduire tout autre impact négatif sur le secteur industriel en Jordanie face à la concurrence avec les produits turcs soutenus logiquement par le gouvernement turc.

# Comment est née la nouvelle image de la laine

[MURYEL JACQUE](#) Le 11/03 à 15:59 Mis à jour à 17:36



Le succès des baskets en laine lancées par la start-up Allbirds basée à San Francisco a participé au regain d'intérêt pour la matière naturelle dans le monde. - Allbirds

**Douce, anti-odeurs, biodégradable... Les innovations développées par les fabricants et les pays producteurs ont mis en lumière les propriétés naturelles de la matière.**

Le chandail en laine rêche qui « gratte », c'est de l'histoire ancienne. Changer l'image de la fibre naturelle : la puissante Woolmark Company, autorité mondiale chargée de la promotion de la laine australienne, très présente [dans le prêt-à-porter de luxe](#), y œuvre inlassablement. Auprès du grand public, mais beaucoup également au sein même des grandes marques.

Dernièrement, elle s'est associée à Adidas pour créer un tee-shirt en laine mérinos qui sera offert aux premiers arrivants du prochain Marathon de Boston. Il s'agit là de montrer les « bénéfices naturels » de cette laine ultra-fine : douce, anti-odeurs, antibactérienne, respirante ou encore régulatrice de chaleur.

## De l'herbe, de l'eau, de l'air

Ces arguments ont porté leurs fruits ces dernières années et, dans un marché de l'« outdoor » en pleine expansion, la laine a trouvé sa place, hiver comme été. *« Aujourd'hui, les vêtements en mérinos sont une des catégories qui croissent le plus vite, à la fois sur le marché du plein air et dans l'habillement urbain [active urban'] »,* prône le président d'Icebreaker, Rob Fyfe. Pour prendre de l'ampleur, cette marque néo-zélandaise leader de la « technologie mérinos » est passée sous le giron de VF Corporation, géant du vêtement « outdoor » avec des marques comme The North Face, Timberland ou Eastpak.

Le credo d'Icebreaker ? *« La nature détient les réponses pour créer des vêtements de plein air durables et de haute performance »,* soumet Rob Fyfe. Une éthique qui fait mouche, particulièrement auprès de la jeune génération.

Les fabricants l'entendent bien et font tout pour séduire les Millennials adeptes du trekking, du ski, du yoga ou de la randonnée, qui [critiquent l'impact des tissus synthétiques](#) sur l'environnement. *« La laine mérinos est réellement un pur produit du paysage qui entoure les animaux, un produit de l'herbe, de l'eau, de l'air, et elle est biodégradable, argue-t-on chez Devold of Norway. Si vous deviez en faire du compost, en trois mois elle aurait très probablement disparu. »* Imparable.

Les marques insistent en outre sur la traçabilité de la laine, information qu'exigent aujourd'hui de plus en plus de consommateurs. Plusieurs

grands noms du secteur de l'habillement sont passés aux tissus en laine filée en Italie, révèle Reuters. La raison ? Ils peuvent ainsi marquer sur leurs étiquettes le nom de la filature où ils s'approvisionnent.

## **La folie des baskets en laine**

La Silicon Valley n'est pas étrangère à la renaissance de la laine. Le « Wall Street Journal » [raconte](#) la folie des baskets en laine lancées par la [start-up](#) Allbirds, qui a amorcé une tendance mondiale. Désormais, de Nike à Adidas, les fabricants les plus connus en proposent. Et déclinent aussi la laine en shorts, en tee-shirts ou en débardeurs.

L'offre limitée de fibres de qualité dans le monde a fini par [faire flamber les prix](#) en Australie, dont les moutons fournissent une grande partie de la planète. Et ce n'est peut-être pas terminé. Car l'Australian Wool Innovation, qui représente 24.000 éleveurs dans le pays, en est convaincu, il reste des grands marchés à conquérir. A commencer par les Etats-Unis, où l'on consomme trois fois moins de laine par habitant qu'en Europe.

## Mali: produire 750 000 tonnes de coton pour conserver sa place de leader en Afrique

16 mars 2018



Le Mali mêle ambition et vision pour conserver son rang de premier producteur d'or blanc en Afrique. Selon les autorités, cette nouvelle saison n'est pas prévue être de tout repos pour qui que ce soit. La production annuelle de coton graine est estimée à 750 000 tonnes de coton durant la campagne à venir 2018/19.

Parvenir à un tel résultat ne sera quand même pas un travail à prendre à la légère. Selon les principales raisons qui peuvent sous-tendre cette future performance, on évoque essentiellement l'augmentation des superficies cultivées. Cela permettra de tabler sur une production en qualité et en quantité. La superficie passe de 703 652 ha à 736 000 ha en 2018-2019.

Dans le même temps, l'utilisation des intrants agricoles sera aussi accrue. L'introduction des machines agricoles contribue à plus d'un titre à l'amélioration des rendements. La force humaine n'est plus sollicitée à exécuter certaines tâches un peu trop pénibles. La mise en œuvre de ces réformes coûte 111 milliards F CFA au gouvernement.

Au Mali, la filière coton contribue à hauteur de 22% aux recettes d'exportation, et fournit des revenus pour 40% de la population rurale. A la fin de la saison dernière, le pays est sorti la tête haute en s'imposant comme le premier producteur d'or blanc en prenant la place du Burkina Faso.

# Decathlon Maroc nous ouvre les portes de son "laboratoire industriel"

Par **ZAKARIA BOULAHYA**

Mardi 20 mars 2018 à 09h30



*Située dans un complexe de 6 ha, l'usine Decathlon d'Ain Sebaâ est l'un des sites majeurs de l'enseigne sportive française. Sa particularité n'est pas tant son volume de production mais le caractère innovant de ses process et de son management. Ce qui fait d'elle l'une des rares "entreprises libérées" du Royaume.*

Spécialisé dans le tricotage, le maillage et le tissage de vêtements sportifs, "ce site est plus un laboratoire industriel qu'une simple usine", précise Noureddine Azahaf, directeur de production à Decathlon Maroc.

Avec 5 chaînes de production modulables et jusqu'à 170 salariés, l'usine Decathlon de Ain Sebaâ ne génère que 5% de la production de Decathlon Maroc, le reste étant assuré par des partenaires de l'enseigne.

"La vocation de l'usine n'est pas de produire en masse. L'objectif est de tester de nouveaux process, d'éprouver les complexités que l'on peut rencontrer lors d'une production à grande échelle. Chaque chaîne est équipée de la technologie RFID qui permet de disposer en temps réel d'indicateurs de production. Cela nous donne la liberté de faire des erreurs, d'affiner en conséquence... Par la suite, ces process sont dupliqués auprès de nos partenaires, aussi bien au Maroc qu'à l'international", explique Noureddine Azahaf.

La visite de Médias24 coïncide justement avec le lancement d'un tout nouveau process industriel qui permet de produire des vêtements sportifs **sans aucun fil ni couture**. "C'est une ligne de production de shorts de surf qui fabriquera 50.000 unités dans sa phase de test. Elle a été développée en partenariat avec Maroc PME (ex Anpme) et positionne l'usine en tant que leader mondial sur ce segment", affirme le directeur.

Le top management de l'enseigne sportive ambitionne de décupler la production marocaine dans un délai de 3-4 ans. "Le Maroc dispose d'un savoir-faire certain dans le domaine du textile sur lequel nous capitalisons au quotidien. Il reste bien évidemment des points à améliorer. En premier lieu vient l'indisponibilité de

matières premières qui tire le taux d'intégration vers le bas", regrette le directeur de production de Decathlon Maroc.

### **Après le textile, les équipements sportifs**

Un obstacle qui ne refroidit pas les ambitions du groupe qui a signé en juillet 2016 une convention d'investissement dans le cadre du Plan d'accélération industrielle (PAI) 2014-2020 et du Contrat de performance des écosystèmes textiles 2015-2020.

La convention s'articule autour de deux axes stratégiques : le soutien de l'industrie textile par le développement d'une plateforme de sourcing local, ainsi que l'accompagnement de la pratique sportive par le développement d'un large réseau de magasins Decathlon à travers le Royaume.

"Nous allons solliciter l'accompagnement des autorités de tutelle et de Maroc PME afin d'implémenter de nouveaux process à même de diversifier la chaîne de valeur Decathlon", souligne Nouredine Azahaf.

Ainsi, la convention signée par l'enseigne dans le cadre du PAI concerne les écosystèmes du textile à usage technique, de la maille et du Fast Fashion. Une montée en gamme qui verra également, pour la première fois au Maroc, l'assemblage de vélos et d'équipements métalliques ainsi que la production de chaussures de sport.

A terme, le développement de ces écosystèmes permettra la création de 7360 emplois directs et indirects. Autant de "Decathloniens" qui évolueront au sein d'une structure qui se veut un modèle "d'entreprise libérée".

"L'efficience ne se résume pas à fixer des KPI et des objectifs à nos collaborateurs. Le bien-être au travail est primordial à nos yeux, car c'est un facteur clé de performance", précise Nouredine Azahaf.

Force est de reconnaître que le management de cette usine se distingue par son caractère peu orthodoxe. L'autonomie est placée au cœur du système managérial de Decathlon, avec la quasi-absence de toute forme de management intermédiaire. En effet, les salariés sont libres d'organiser eux-mêmes leur temps de travail, de fixer leurs objectifs personnels...

Une liberté qui ne rime nullement avec anarchie. Des règles définies d'un commun accord permettent d'encadrer le fonctionnement de l'entreprise tout en préservant l'espace de liberté de chaque collaborateur.

"C'est une organisation managériale qui permet de donner du sens à nos actions. La responsabilisation des opérateurs leur donne l'occasion de mener une réflexion sur les améliorations à apporter aux process de production, dont certaines sont reprises et dupliquées par nos partenaires à l'international", souligne le directeur de production de Decathlon Maroc.

# L'ESITH DEVOILE SA NOUVELLE STRATEGIE

Écrit par Younes Saoury  
Publication : 16 mars 2018



**Pour son 20ème anniversaire, l'École supérieure des industries du textile et de l'habillement a dévoilé, le 15 mars, la stratégie disruptive qu'elle va déployer pour une nouvelle étape de son développement ainsi que la nouvelle image de marque qui va l'accompagner. Les détails.**

Pour fêter ses deux décennies d'existence, l'École supérieure des industries du textile et de l'habillement (ESITH) a concocté une nouvelle stratégie pour booster son développement.

Rappelons que l'ESITH a été créée en 1996 suivant un business model basé sur le partenariat public/privé pour pallier les problèmes de sous-encadrement qui obérait les chances de construire un secteur dynamique pourvoyeur d'emplois et de richesses.

Pour mieux s'acquitter de sa mission, l'ESITH a mis en place diverses méthodes d'innovation permettant de former des ingénieurs qualifiés et hautement compétents. Dans ce sens, l'école a adopté la méthode d'ingénierie pédagogique de l'approche par compétence (APC), une méthode de fabrication industrielle de compétences certifiées répondant à un besoin de marché solvable. Se conformant à la Charte nationale de l'éducation et de la formation, retenue comme l'une des solutions à la problématique des «jeunes sans qualification», l'ESITH a mis en place un programme d'ingénierie pédagogique pour centres de formation par apprentissage (CFA) intra et inter-entreprises pour les entreprises de plusieurs secteurs importants de l'économie marocaine, a contribué à la création de 77 CFA et ambitionne de porter ce nombre à 100 à moyen terme. En outre, l'école a créé l'un des premiers centres de développement des carrières au Maroc pour participer au renforcement de l'image de marque des lauréats, faciliter leur rapprochement aux entreprises et les accompagner durant leurs carrières.

### **Quid du futur ?**

La proximité avec les différents acteurs de l'industrie marocaine et la veille active sur les évolutions du textile et de l'habillement mondial, ont permis à l'ESITH de prendre connaissance des besoins du secteur en matière de formation des compétences, essentiellement pour ce qui est de l'industrie 4.0 et de l'intelligence artificielle, d'accompagner l'industrie marocaine dans cette rupture constructive et d'adapter les formations proposées à ces nouveaux besoins. Sur le plan pédagogie, l'ESITH a opéré la refonte de certains cursus pour les adapter à l'évolution industrielle du pays, mais en a également créé d'autres pour anticiper les besoins grandissants du secteur de l'industrie, notamment l'ingénierie en chimie appliquée et matériaux avancées, des master en marketing digital, master en informatique industrielle et master en management d'usine 4.0.

Sur le plan logistique, l'école a déposé une demande auprès de ses ministères de tutelle pour ouvrir un site à Tanger et participer ainsi au développement de la région du Nord du pays en se rapprochant de ce pôle industriel de plus en plus important.

### **Engagements auprès des entreprises**

Dans le cadre de sa nouvelle stratégie, l'ESITH s'engage à accompagner les entreprises du secteur textile habillement. Dans ce sens, l'école poursuit les actions d'amélioration de la compétitivité des TPE/PME - en manque de structuration - en les aidant à améliorer l'utilisation de leur outil industriel, à formaliser leurs procédures internes et à dynamiser leur approche marketing et commerciale. Elle leur propose également une offre de service de conseil et d'accompagnement en «Lean Manufacturing», une condition préalable à l'application des concepts de l'industrie 4.0. L'ESITH propose une offre «objectif Industry 4.0» aux grandes entreprises, cette offre comprend, entre autres, une offre diagnostic pour déterminer le niveau des besoins, un plan d'action adapté et échéancé ainsi que des formations industrie 4.0 tant en formation initiale qu'en formation continue.

### **Une nouvelle image de marque et un livre pour l'histoire**

Les changements auxquels a assisté l'économie mondiale marquée par l'intégration de nouveaux concepts a incité l'ESITH à adapter son logo, qui date de 1996, pour accompagner l'industrie dans ce monde nouveau. Enfin, l'école a publié, à l'occasion de ses 20 ans, un livre commémoratif «À nos vingt ans» qui présente son histoire, ses réalisations et la stratégie qu'elle va déployer pour les prochaines années toujours au service de l'économie marocaine.





**Leseco.ma : Quels sont les objectifs assignés à la nouvelle stratégie de l'ESITH ?**

**Mohamed Lahlou :** Le premier objectif est de continuer à accompagner l'entreprise dans son déploiement et dans l'amélioration de sa compétitivité. Nous ambitionnons, dans ce sens, l'accélération de la mise à niveau de cette dynamique de l'entreprise pour qu'elle soit plus opérationnelle surtout dans un moment crucial où le secteur textile et habillement est porteur. Le second étant l'amélioration d'une partie importante de notre mode d'enseignement et de notre pédagogie qui doit évoluer et s'insérer dans cette dynamique. Cette nouvelle stratégie prévoit l'intégration des nouveaux outils à la pointe de la technologie : robots, machine learning, industrie 4.0, ce qui demande un effort colossal, une réelle mobilisation ainsi que la mise en place de compétences et du savoir nécessaires.

**Cette nouvelle stratégie est-elle en ligne avec les nouvelles exigences de l'entreprise marocaine et les orientations stratégiques du Royaume ?**

Notre caractéristique principale, c'est que nous sommes une école qui fonctionne sous forme de SA bien qu'elle délivre des diplômes d'État signés par le ministre. La moitié des membres de notre conseil d'administration sont des industriels qui apportent leur savoir du terrain à l'école, donc il y a toujours un feedback permanent entre l'école et l'industrie nous permettant de prendre conscience de ses besoins. Notre stratégie s'inscrit donc dans la politique nationale car nous faisons partie de l'écosystème industriel et cette présence nous garantit un meilleur recueil des besoins, une meilleure adaptation des solutions, mais surtout l'anticipation des besoins pour accompagner l'industrie marocaine dans sa courbe

**évolutive.**

**Vous avez manifesté votre volonté d'intégrer les outils pour l'industrie 4.0, qu'en est-il des moyens ?**

**Nous avons déjà une filière qui s'appelle IMS (Informatic management system), c'est la base fondamentale de l'industrie 4.0. En outre, nous disposons des équipements à la pointe de la technologie, mais également des laboratoires de recherche et des robots. Tout ça n'est qu'un début, l'ESITH veille continuellement à suivre les nouvelles tendances en s'y inscrivant par l'adoption de nouvelles pratiques et de nouveaux outils techniques.**

Mars 2018

## TEXTILE - HABILLEMENT

AMÉRIQUE  
LATINE



ÉLEVÉ

AMÉRIQUE  
DU NORD



ÉLEVÉ

EUROPE  
CENTRALE  
ET DE L'EST



MOYEN

EUROPE DE  
L'OUEST



ÉLEVÉ

ASIE  
ÉMERGENTE



ÉLEVÉ

MOYEN-  
ORIENT &  
TURQUIE



ÉLEVÉ



CHANGER DE  
SECTEUR

### FORCES

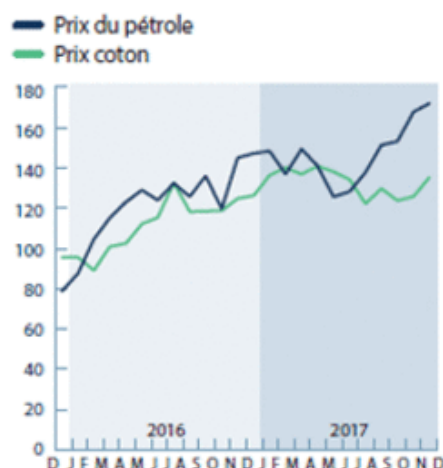
- Accroissement de la classe moyenne dans les pays émergents
- Amélioration des perspectives de croissance mondiale

### FAIBLESSES

- Stocks de coton substantiels en Chine dont l'épurement contraint la demande sur le marché mondial
- Produit à forte élasticité de la demande

## EVALUATION DES RISQUES

### LES FAITS MARQUANTS



Sources : EIA, Thomson Reuters

Evolution des prix du pétrole et coton  
(100 = décembre 2015)

La demande mondiale de coton restera marquée en 2017/2018 par la politique chinoise de limitation des importations de coton afin de réduire ses stocks domestiques. Toutefois, la faible qualité du coton produit au niveau domestique devrait pousser les producteurs de textiles locaux à s'appuyer sur les importations pour se fournir en coton de haute qualité, poussant à la hausse la demande chinoise de coton.

Le secteur du textile continuera d'être caractérisé par une part toujours plus faible du coton face à l'utilisation croissante des fibres synthétiques dans l'industrie. La part du coton ne représentait plus que 43 % des importations textiles aux États-Unis en 2016/2017 contre 47 % en 2011/2012 selon le Département d'État américain pour l'agriculture, (USDA). Moins coûteux, facile à mélanger avec d'autres fibres, et ayant un impact sur l'environnement limité par rapport au coton, les fibres synthétiques concentrent les progrès techniques du secteur. La forte hausse du coton sur l'année 2016 (+42 % en janvier et décembre) n'a fait qu'accroître cette meilleure compétitivité des fibres synthétiques face au coton.

La demande textile mondiale sera marquée par une amélioration des perspectives de croissance sur les marchés de consommation les plus importants (+ 1,9 % de croissance sur la zone UE-15 en 2018 et +2,4 % aux États-Unis selon les estimations Coface), tirant à la hausse la consommation des ménages. Enfin, l'offre mondiale de textile sera caractérisée par le dynamisme des économies du sud-est asiatique (Bangladesh, Vietnam, Sri Lanka).

.../...

## OFFRE

---

Après deux années consécutives de contraction, la croissance des surfaces ensemencées de coton devrait repartir à la hausse en 2017/2018 (+11 % de croissance pour s'établir à 32,5 millions d'hectares d'après le Comité Consultatif International du Coton). Cette multiplication des terres cultivées de coton dans les principaux pays producteurs est favorisée par un niveau de prix historiquement haut (69,75 US cents/lb en mai 2017), notamment au moment de la saison. La production mondiale de coton devrait donc connaître une forte progression en 2017/2018 (+12 %, à 25,7 millions de tonnes) si les bonnes conditions climatiques sont toujours au rendez-vous. Ce dynamisme de la production, avec une croissance supérieure à celle de la demande, couplé à la liquidation des stocks chinois de coton, devrait faire pression à la baisse sur le prix de la livre de coton. Les prix devraient donc diminuer en 2018.

L'offre textile sera caractérisée par le dynamisme des pays du sud-est asiatique face à un relatif ralentissement des exportations chinoises (4,6 % de croissance en 2018 contre 5,4 % en 2017). La hausse relative du coût du travail en Chine ainsi que les politiques de développement durable mises en place ont poussé de nombreux fabricants textiles mondiaux à s'orienter vers d'autres pays de la région pour établir leurs centres de production. Le Bangladesh, le Vietnam, et le Cambodge sont particulièrement concernés. Second fournisseur du marché européen, le Bangladesh a connu une croissance très forte de ses exportations de textile et habillement au cours de l'année 2016/2017 (+14 % en juillet-août 2017 par rapport à 2016) et est susceptible de dépasser la Chine sur le marché européen à l'horizon 2020, favorisé par son statut préférentiel. De la même façon, le Vietnam, second fournisseur des États-Unis, a connu une forte croissance de ces exportations textiles vers les États-Unis (+6,5 % sur les neuf premiers mois de 2017) alors même que les importations américaines totales de textile et d'habillement ont diminué sur la même période (-1,4 %). En forte croissance, les exportations du Cambodge (5e fournisseur de l'Union européenne) restent toutefois soumises au risque d'une possible révocation de son statut préférentiel par l'Union européenne après une résolution en décembre du Parlement européen dans ce sens, en réponse aux événements politiques de l'automne.

Enfin, la reprise de la demande permet aux entreprises du secteur textile positionnées sur le moyen de gamme de respirer, après des années particulièrement difficiles. Le démontre l'exemple de l'entreprise Vivarte (la Halle, Naf Naf, Kookai...) qui après plusieurs restructurations semble enfin être à nouveau à flot, autour d'un noyau d'enseignes plus réduit.

Dernière mise à jour : janvier 2018

**15 mars 2018**

## **Fashion is an environmental and social emergency, but can also drive progress towards the Sustainable Development Goals**



The fashion industry is responsible for producing twenty per cent of global wastewater and ten per cent of global carbon emissions – more than the emissions of all international flights and maritime shipping combined. Cotton farming is responsible for 24 per cent of insecticides and 11 per cent of pesticides despite using only 3 per cent of the world’s arable land. In addition, the textiles industry has been identified in recent years as a major contributor to plastic pollution in the world’s oceans. It was estimated that around half a million tonnes of plastic microfibers shed during the washing of plastic-based textiles such as polyester, nylon, or acrylic end up in the ocean every year.

In addition to the negative environmental impacts, fashion is also linked to dangerous working conditions due to unsafe processes and hazardous substances used in production. High cost and time pressures are often imposed on all parts of the supply chain, leading to workers suffering poor working conditions with long hours and low pay, with evidence, in some instances, of modern slavery and child labour.

Exploring key sustainability challenges and solutions for the fashion industry, the event “[Fashion and the SDGs: what role for the UN?](#)” took place in Geneva on 1 March 2018, in the

context of the Regional Forum on Sustainable Development for the UNECE Region. The event brought together a wide variety of stakeholders from many different UN organisations, civil society and industry to highlight the multiple opportunities for the fashion industry to help reaching the Sustainable Development Goals (SDGs) across a range of key areas including responsible consumption and production (SDG 12), gender equality (SDG 5), clean water and sanitation, (SDG 6), decent work and economic growth (SDG 8), climate action (SDG 13) and life on land (SDG 15).

While there is yet no comprehensive approach across the United Nations system to addressing the complex sustainability challenges in the fashion industry, there is growing momentum in the actions and initiatives being taken by different organizations.

[UNECE, in cooperation with FAO](#), is cooperating with several partners in the forest sector to promote forest fibers as a sustainable alternative to more environmentally unfriendly fabrics – an idea brought to life at today’s event by models displaying clothes made of forest fibers, provided by the Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC).

In addition, the United Nations Centre for Trade Facilitation and Electronic Business (UN/CEFACT), hosted by UNECE, is researching issues of transparency and traceability in the textile sector, and is bringing different stakeholders together to collaborate on this theme.

A wide variety of other activities are also underway; for instance, the International Trade Centre (ITC) founded the Ethical Fashion Initiative in 2009, which connects marginalised artisans from developing countries – the majority of them women – to international fashion houses for mutual benefit. The UN Global Compact launched in 2012 the first industry-specific sustainability initiative for fashion by collaborating with the Nordic Fashion Association, who published a Code of Conduct for the fashion industry. In January, the UN Framework Convention on Climate Change (UNFCCC) convened stakeholders from the fashion industry at a Dialogue on Fashion and Climate Action to explore the establishment of collaborative approaches necessary for the industry to contribute to global net-zero emissions by 2050. Other UN agencies and organizations have conducted research and published studies on specific impacts of the industry.

“It is clear that the fashion industry needs to change gears. It needs to become environmentally sound and support a social transformation towards decent and healthy jobs”, said Ms. Olga Algayerova, Executive Secretary of UNECE. Highlighting the range solutions and approaches adopted across the UN and beyond, she underscored the importance of bringing different actors together “to change the path of fashion from a social, economic and environmental concern to a driver for the implementation of the SDGs”.

# Cotton farmers accuse China over collapse of textile industries

On March 19, 2018

By Gabriel Ewepu ABUJA-

COTTON farmers in Nigeria have accused China over collapse of textile industries in the country following contraband textile materials smuggled and labeled made in Nigeria that have flooded the market.

This allegation was made in an address delivered by Managing Director/Chief Executive Officer, Arewa Cotton and Allied Products Limited, Anibe Achimugu, at the 16th African Cotton Association, ACA, Annual Congress 2018 edition, held in Abuja, on March 14, 2018.

According to Achimugu the Nigerian textile industry, while holding the short end of the globalisation stick, lost out in the struggle with more potent outside economic forces following the damage done by pernicious economic policies of structural adjustment, the Chinese contraband had so thoroughly captured the Nigerian market that it would be impossible for the Nigerian operations to compete.

He further stated that similarly, China's highly competitive manufacturing sector has devastated many smaller-scale rivals across Africa, Asia and Latin America in the course of implementing Beijing's global strategy and pursuit of global ambitions, with growing dominance in global trade.

He said: "The cotton and textile industry is faced with huge predicaments of various origins and types. But, in spite of Africa's many challenges, it is a land of many opportunities, with agriculture as means of producing food and non-food products. We are gathered here today to examine one of these, under the theme, 'Mechanised Cotton Farming: A Necessity to Boost African Cotton Production'.

"Now, Chinese fabrics fraudulently labeled "Made in Nigeria," which used to be a hidden international trade, is now an open trade. Their imitation fabrics come through Cotonou in Benin Republic, and undergo trans-shipment by smuggling into Nigeria in a trade estimated to be worth about \$2 billion a year, equivalent to about a fifth of all annual recorded imports of textiles, clothing, fabric and yarn into the whole of sub-Saharan Africa. According to a team of experts working for the United Nations, in 2009, 'The Nigerian textile industry is on the verge of a total collapse'.

"The textile industry was a significant non-oil sector of the economy, which provided direct and indirect employment to the masses. Besides, varied and thriving economic

activities were witnessed within the textiles gates and around the host communities. The sector was such a boom that it was rated the second largest in Africa after South Africa. Can the good old days return?”

“For cotton you need long fibre, disease resistant seed varieties and those that adjust properly to the vagaries of the weather. Our seed companies must respond well to the challenge. We need to facilitate the establishment of world class seed processing plants in the first instance.

In his assertion, he said there was need to carry out fundamental reforms of the cotton and textile industry in Africa, basically focusing on a vibrant seed sub-sector, which lack of quality cotton seed and inadequate quantity should be addressed to meet the needs of farmers for seed and to achieve higher yields. Adequate financial support for farmers as well as Research and Development (R&D) on the part of governments will ensure seed production programmes are implemented to produce breeder and foundation seeds for the industry’s needs.

As part of the solutions to tackle factors negatively affecting the cotton sub-sector he called for collaboration through Public-Private Partnership, PPP, arrangement that would tap into the combined strength and synergy between the public and private sector practitioners that would enable decisions on price fixing, quality, modern technology, environment and sustainable production.

He also advocated for biotechnology adoption that would increase cotton production as some countries have adopted and applied the technology, therefore have benefited immensely, and added that the adoption of Bt cotton, has helped China, US, India and Burkina Faso, and if adopted by Nigeria would be part of national strategy to mitigate the effects of climate change and boost production.

# LE SECTEUR RETROUVE SES COULEURS ?

- 12 Mar 2018
- Par A.S.

IL n'y a pas longtemps, le textile-habillement tunisien était l'un des fleurons de l'économie nationale. Et comment ! Le textile tunisien était justement le premier secteur exportateur de toutes les industries manufacturières. Et même il était le premier secteur employeur. Plus important encore, grâce aux performances de ce secteur, la Tunisie s'est positionnée pour une bonne période, en tant que quatrième fournisseur de l'Europe. Malheureusement, ce positionnement n'a pas trop duré. Depuis 2007, et notamment après la révolution, ce secteur a accusé un ralentissement spectaculaire, multipliant ainsi les contre-performances. Il perd ainsi son leadership au niveau local, perd des dizaines de milliers d'emplois et se reclasse à la 9e place au niveau européen. Un vrai gâchis ! La gravité d'un tel constat a fini par mobiliser tous nos décideurs pour une remise en cause urgente de notre secteur stratégique et surtout l'engagement de corrections profondes. Aujourd'hui, on commence à espérer réellement. Le secteur recommence à émettre des signes positifs et on parle ainsi d'une proche embellie. Jean François Limantour, expert international estime sur ce point que «que la glissade est terminée et que le secteur reprend des couleurs et sans doute demain, le chemin d'une croissance significative. La convalescence de l'industrie tunisienne textile-habillement est réelle et les atouts compétitifs du secteur ne manquent pas». Mohamed Tazi, directeur général de l'Association marocaine du textile-habillement n'en pense pas moins : «Il n'est secret pour personne que l'industrie tunisienne a été durement impactée par les turbulences socioéconomiques et politiques post-révolution qui ont secoué le pays. Toutefois, la situation semble maintenant sous contrôle, d'où le sentiment quasi-général que la Tunisie s'en sortira bientôt elle et son industrie textile-habillement et verra revenir les investisseurs et les acheteurs internationaux».

## INTERVIEW DE JEAN FRANÇOIS LIMANTOUR, EXPERT INTERNATIONAL EN STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DU TEXTILE-HABILLEMENT

**TOUJOURS EN CONVALESCENCE, LE TEXTILE TUNISIEN VA MIEUX !**

• La Presse Business (Tunisie)

12 Mar 2018



AVEC ses 1.600 entreprises et ses 160.000 salariés, le secteur textile-habillement est encore un des plus beaux fleurons de l'économie tunisienne et un secteur-clé pour les équilibres socioéconomiques de la Tunisie. Mais après vingt-cinq années de croissance ininterrompue jusqu'en 2006, cette industrie semble sur le déclin. Elle est passée rapidement d'un secteur hautement stratégique à une modeste industrie. Elle risque même de disparaître si l'on continue toujours à maintenir les mêmes approches classiques. Quelles en sont les causes ? Le mouvement est-il irréversible ? Quelle stratégie pour retrouver durablement le chemin de la croissance ? Pour avoir les

réponses adéquates, nous avons interviewé Jean-François Limantour. Expert international en stratégie de développement, bien connu en Tunisie, il a dirigé pendant vingt ans les organisations professionnelles française et européenne des industries de l'habillement. Il est président du Cercle euro-méditerranéen des dirigeants Textile-Habillement ainsi que d'Evalliance, une organisation qui œuvre pour la coopération Europe-Asie dans le secteur textile.

AU COURS DE CES DERNIÈRES ANNÉES, LE SECTEUR TEXTILE-HABILLEMENT A PERDU DES MILLIERS D'EMPLOIS, A FERMÉ DE NOMBREUSES ENTREPRISES ET PERDU DES PARTS DE MARCHÉ À L'EXPORTATION. COMMENT EXPLIQUEZ-VOUS CETTE SITUATION ALARMANTE ?

C'est vrai, les chiffres ne sont pas bons ! Le secteur recule dans les classements : il était le 5e fournisseur d'habillement de l'Europe en 2007 et n'en est plus que le 9e en 2017. Autre chiffre éloquent : ses exportations de 2017 vers l'Union européenne sont inférieures de 23% à celles de 2007 et au cours de ces dix dernières années, sa part dans les importations totales d'habillement de l'Union européenne est tombée de 4,4% à 2,4%.

C'EST UN PROBLÈME DE COMPÉTITIVITÉ ?

Non, pas de compétitivité mais d'attractivité ! Après avoir subi un premier choc, celui de l'ouverture béante des marchés européens aux exportateurs asiatiques, mais ayant assez bien résisté, l'industrie tunisienne textile-habillement a souffert d'une situation socioéconomique difficile après la Révolution et a surtout traversé un gros trou d'air à la suite des attentats du Bardo et de Sousse. Avec du recul, nous voyons maintenant que ce contexte défavorable a été générateur d'incertitudes et d'absence de visibilité débouchant sur de grandes interrogations de la part des acteurs professionnels étrangers à l'égard de la Tunisie ; d'où alors le départ d'investisseurs internationaux et les hésitations de la distribution européenne pour continuer à s'approvisionner en Tunisie. Mais les questions sécuritaires semblent aujourd'hui maîtrisées et les turbulences post-révolutionnaires s'apaisent. La Tunisie redevient donc attractive.

QU'EST-CE QUI PERMET D'AFFIRMER QUE LA TUNISIE REDEVIENT ATTRACTIVE ?

Les résultats du secteur à l'exportation vers l'Union européenne s'améliorent. En 2017, les exportations textile-habillement de la Tunisie y ont atteint 2,229 milliards d'euros dont 1,977 milliard d'euros pour l'habillement, en augmentation de 1%. Autres indicateurs satisfaisants : la Tunisie a plutôt consolidé sa position l'année dernière en vêtements professionnels (2e fournisseur de l'UE derrière la Chine), en maillots de bain (2e fournisseur), en pantalons (5e) dont les jeans (5e), en costumes pour hommes (5e) et en soutiens-gorge (également 5e fournisseur). Bien sûr, il n'y a pas de quoi pavoiser. Mais ces chiffres suggèrent que la glissade est terminée et que le secteur reprend des couleurs et sans doute demain le chemin d'une croissance significative. La convalescence de l'industrie tunisienne textile-habillement est réelle et les atouts compétitifs du secteur ne manquent pas.



## QUELS SONT CES ATOUTS DONT BÉNÉFICIE LA TUNISIE DANS LA COMPÉTITION INTERNATIONALE ?

Ils sont nombreux. Je citerai notamment les coûts de facteurs : salaires, transport, énergie. Savez-vous par exemple que, converti en euro, le salaire horaire minimum est de 0,80 euro contre 2,29 euros en Turquie, 1,19 euros au Maroc, 0,84 euro au Vietnam et 0,81 euro au Cambodge ? Certes, ces écarts résultent principalement de la forte dépréciation du Dinar et il s'agit de salaires minima, hors autres charges. Mais ces écarts sont bien réels et caractérisent un avantage compétitif au profit des entreprises tunisiennes. Parmi les autres atouts de la Tunisie, je citerai la qualité de la main-d'œuvre et l'aptitude des entreprises à jouer la carte du fast-fashion, de la réactivité, du réassort, de l'actualisation et du codéveloppement. Le secteur mène aussi avec bonheur une politique de valorisation de son offre et de positionnement moyen/haut de gamme. Prenons un exemple, celui des jeans dont la Tunisie est un important fournisseur de l'Europe. En 2017, le prix moyen d'un jean tunisien exporté sur les marchés européens était de 17,67 euros contre 13,33 euros pour un jean turc et 11,63 euros pour un jean marocain. Quant aux jeans bas de gamme,

ils arrivent en Europe à 6,43 euros pièce de Chine et de 6,09 euros du Bangladesh. Je pourrais multiplier les exemples pour d'autres produits, prouvant également que c'est la Tunisie qui est le plus «haut de gamme». Autre élément qui me rend relativement confiant, c'est la création d'une nouvelle fédération sectorielle, ce qui traduit la volonté des professionnels de prendre leur destin en main et d'insuffler un nouveau dynamisme au secteur. Pour autant, mon sentiment est que la convalescence du textile-habillement tunisien est fragile, que le contexte concurrentiel n'a jamais été aussi dur et que la simple utilisation de ces atouts ne suffira certainement pas à redresser significativement et durablement la situation.

## QUELLES SERAIENT SELON VOUS LES CONDITIONS POUR QUE LA REPRISE AMORCÉE EN 2017 SOIT DURABLEMENT CONSOLIDÉE ET QUE L'INDUSTRIE TUNISIENNE TEXTILE-HABILLEMENT REDEVienne UN SECTEUR PROSPÈRE ET PORTEUR D'AVENIR ?

Je n'aurai bien sûr pas la prétention de dire ce qu'il faut faire. Mais voici cependant deux ou trois idées qui me semblent importantes. Ma première conviction est que le secteur doit mobiliser toutes ses forces pour mettre en œuvre une stratégie offensive, articulée autour d'une feuille de route ambitieuse lui permettant de rester dans le peloton de tête des fournisseurs de l'Europe. La politique volontariste, à définir par les

professionnels eux-mêmes, doit recevoir un appui sans faille des pouvoirs publics. J'estime qu'elle doit viser à renforcer et à développer la compétitivité des entreprises, l'acquisition de nouvelles compétences, l'intégration d'une démarche « industrie 4.0 » et une maîtrise optimisée de l'information. Bien entendu, le secteur doit accélérer le développement d'activités dans le domaine des tissus intelligents et des vêtements connectés.

La seconde idée repose sur le fait que, comme je le disais à l'instant, le principal problème du secteur n'est pas celui de sa compétitivité mais de son attractivité. En d'autres termes, il me semble absolument nécessaire de consentir un vaste effort de communication et de promotion ; de communication tout d'abord pour donner à nouveau de la Tunisie l'image rassurante et attractive d'un pays performant, convivial et sécurisé. De promotion ensuite, pour aller « chercher les marchés avec les dents ».

En matière de promotion, l'effort public est notoirement insuffisant : il ne représente que 0,03% des exportations du secteur, soit quatre fois moins que la contribution publique du Maroc pour son industrie textile-habillement ! Je n'ignore pas les problèmes budgétaires auxquels doit faire face la Tunisie. Mais c'est la problématique de l'œuf et de la poule. Les grands équilibres budgétaires supposent un nouvel essor des exportations.

Enfin, je voudrais insister sur l'absolue nécessité d'aménager les règles d'origine préférentielles européennes. En effet, certains grands exportateurs asiatiques comme le Cambodge, le Bangladesh ou le Myanmar sont beaucoup mieux traités par Bruxelles que les pays du Maghreb. C'est, de mon point de vue, une situation totalement inadmissible et même dangereuse car à la source de problèmes économiques et de chômage générateurs d'insécurité, de radicalisme et d'immigration non maîtrisée. Une réforme de ces règles permettrait au secteur textile tunisien de faire un énorme bond en avant. En réalité, les enjeux économiques, sociaux et politiques sont considérables. Car à travers le cas de l'industrie textile-habillement, il s'agit finalement de partenariat gagnant-gagnant, de prospérité partagée, de croissance économique, de stabilité régionale et de paix !

## INTERVIEW DE MOHAMED TAZI, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE L'ASSOCIATION MAROCAINE DES INDUSTRIES DU TEXTILE ET DE L'HABILLEMENT (AMITH) UN SOUCI DE MOBILISATION

- 12 Mars 2018
- Par Anis SOUADI

Au moment même où le textile-habillement tunisien accuse un ralentissement inquiétant, passant ainsi d'un secteur stratégique à une simple activité manufacturière, le textile-habillement marocain vit une autre histoire. Très belle d'ailleurs. Mohamed Tazi, DG de l'Association Marocaine des Industries du textile et habillement expose dans cette interview les raisons d'une telle situation controversée.



La création très récente d'une nouvelle fédération tunisienne textile-habillement devrait renforcer le dialogue constructif entre la Tunisie et le Maroc".

QUELLES SONT, À VOTRE AVIS, LES RAISONS DU RALENTISSEMENT ALARMANT DE L'INDUSTRIE DU TEXTILE-HABILLEMENT TUNISIEN ?

Je ne parlerai pas de ralentissement alarmant. Il est vrai que le secteur textile-habillement tunisien traverse une période un peu difficile et qu'il a fortement reculé au cours de ces dernières années, mais les récentes statistiques européennes suggèrent qu'il est entré dans une phase de redressement et qu'il va retrouver le chemin de la croissance, ce dont je me réjouis. Il n'est de secret pour personne que l'industrie tunisienne a été durement impactée par les turbulences socioéconomiques et politiques post-révolution qui ont secoué le pays. Toutefois, la situation semble maintenant sous contrôle, d'où le sentiment quasi-général que la Tunisie s'en sortira bientôt, elle et son industrie textile-

habillement, et verra revenir les investisseurs et les acheteurs internationaux.

MAIS D'AUTRES PAYS, MALGRÉ DES CONJONCTURES DIFFICILES N'ONT PAS CONNU LE MÊME RALENTISSEMENT. LE TEXTILE MAROCAIN, À TITRE D'EXEMPLE NE CESSE DE MULTIPLIER LES PERFORMANCES. COMMENT EXPLIQUER DONC L'ESSOR REMARQUABLE DE CETTE ACTIVITÉ ?

Il n'y a pas de mystère ! Nos maîtres-mots sont travail et mobilisation. L'Amith a conçu et développé une stratégie industrielle et commerciale volontariste, articulée autour d'écosystèmes industriels. Nous récoltons maintenant les fruits de cette politique qui mobilise notre fédération, les entreprises et les autorités publiques. Nous avons ainsi ouvert beaucoup de chantiers pour développer notre compétitivité, valoriser notre offre et conquérir de nouveaux marchés. Les résultats que nous enregistrons sont, il est vrai, très satisfaisants et encourageants.

LES SECTEURS TUNISIEN ET MAROCAIN DE TEXTILE SONT CONSIDÉRÉS DEPUIS TOUJOURS COMME DES VRAIS CONCURRENTS, UN CONSTAT QUI A LIMITÉ, D'UNE MANIÈRE OU D'UNE AUTRE, LEUR PROGRESSION. AUJOURD'HUI, FACE À LA MULTIPLICATION DES GROUPEMENTS RÉGIONAUX, PEUT-ON PRÉTENDRE OU MÊME ESPÉRER UNE ÉVENTUELLE ALLIANCE TEXTILE ENTRE LES DEUX PAYS ?

Dans le contexte très concurrentiel dans lequel nous vivons et face à nos compétiteurs asiatiques très puissants, notre salut passe par une coopération renforcée, Nord-Sud et Sud-Sud. Des propositions concrètes de complémentarité et de partenariat ont été faites. Il s'agit maintenant de passer sans tarder à l'acte ! Nous y sommes favorables, et dans tous les domaines : industriel, commercial, technologique, pédagogique. La création très récente d'une nouvelle fédération tunisienne textile-habillement devrait renforcer le dialogue constructif entre la Tunisie et le Maroc. Avec cette fédération 2 chantiers déjà nous mobilisent : L'assouplissement des règles d'origine qui régissent nos relations communes avec l'Union européenne et la sauvegarde de nos marchés face aux importations déloyales.

CERTAINS PENSENT QUE L'AVENIR INDUSTRIEL N'EST PLUS TEXTILE ; IL EST PLUTÔT AILLEURS. QU'EN PENSE LE RESPONSABLE MAROCAIN ? Le secteur textile-habillement est et restera une activité-clé pour les équilibres socioéconomiques de nos pays respectifs. J'en suis absolument certain ! Contrairement à une idée communément admise, notre industrie n'est plus une simple activité traditionnelle de sous-traitance mais est une industrie du futur ! Elle emploie des cadres et techniciens de haut niveau, intègre les technologies du 4.0, crée des tissus intelligents et des vêtements connectés aux multiples applications. On retrouve du textile dans tous les domaines de pointe, de l'aéronautique au médical. Au Maroc, nous avons nous aussi l'ambition de transformer notre secteur textile-habillement pour le faire entrer de plain-pied dans le XXI<sup>e</sup> siècle et en faire une activité à forte valeur ajoutée, porteuse d'avenir !

EGALEMENT, CERTAINS EXPERTS ESTIMENT QUE LE MARCHÉ EUROPÉEN EST VRAIMENT SATURÉ. DE CE FAIT ILS ESTIMENT QUE L'AVENIR SERAIT CERTAINEMENT « AFRICAIN » ?

Je ne dirai pas que le marché européen est saturé mais plutôt qu'il est très concurrentiel, ce qui signifie qu'il faut déployer toujours plus d'énergie pour en garder des parts de marché et, a fortiori, pour en conquérir de nouvelles, face à la concurrence asiatique, méditerranéenne et est-européenne. En consentant des efforts de tous ordres, notre secteur marocain textile-habillement parvient encore à gagner de nouveaux marchés en Europe mais il est vrai que nos marges de progression

s'amenuisent. Pour nous comme pour nos concurrents. C'est pourquoi nous regardons nous aussi du côté de l'Afrique dont certains pays connaissent une croissance très forte et dont les besoins en textile et en habillement vont être colossaux, ne serait-ce qu'en raison de leur démographie galopante. Mais là encore, ne nous y trompons pas ! Y réussir nécessitera de consentir du temps et des moyens. L'Afrique ne sera pas un marché grand ouvert et non concurrentiel. Les Chinois y sont déjà.

La création très récente d'une nouvelle fédération tunisienne textile-habillement devrait renforcer le dialogue constructif entre la Tunisie et le Maroc".



L'Hebdo 8  
EXTENSION NUMÉRIQUE  
Cliquez ici pour télécharger

WEBMANAGERCENTER  
Depuis 2000



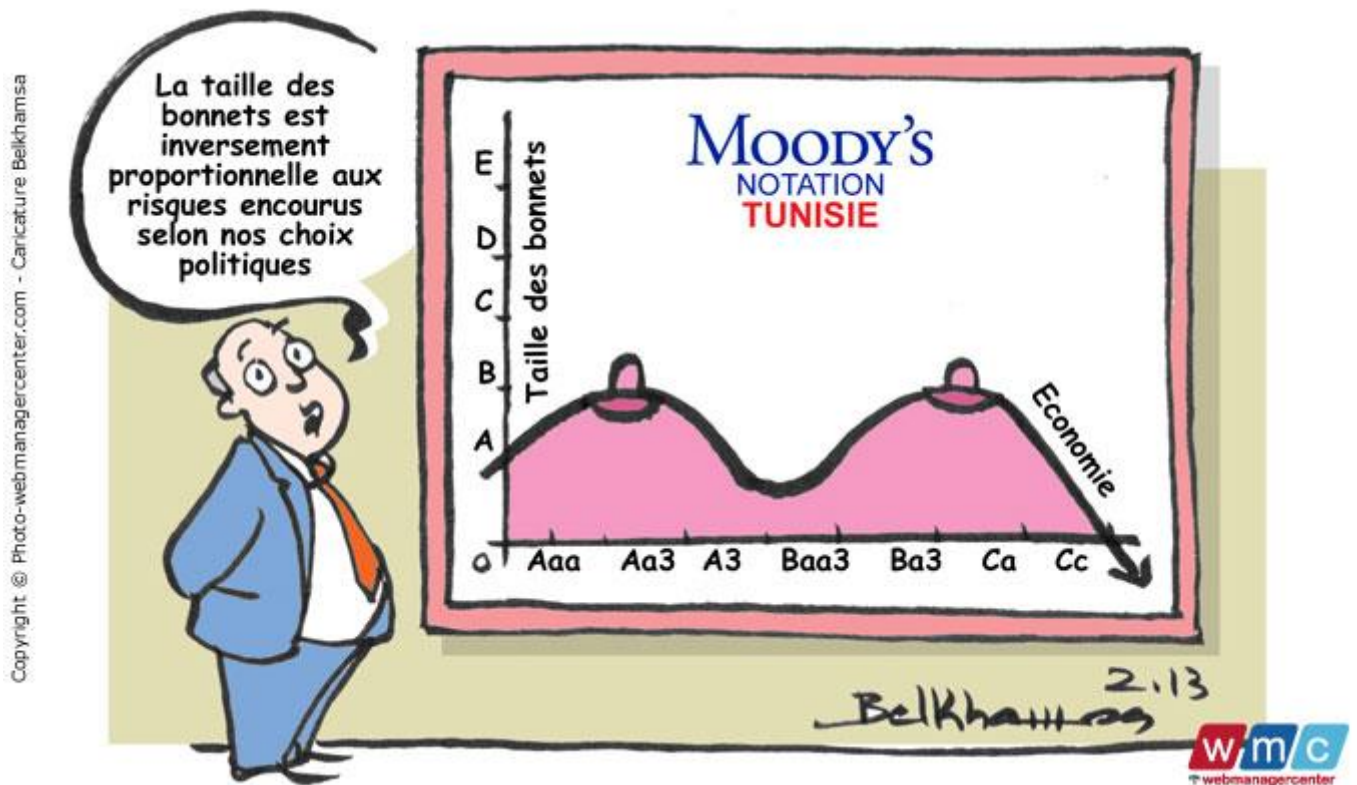
L'Hebdo 9  
EXTENSION NUMÉRIQUE  
Cliquez ici pour télécharger

ACCUEIL ACTUALITE ECOFINANCE SECTEURS ENTREPRISES BOURSE CHALLENGES IDEES ET DEBATS CONSO WEB TV AGENDA



# Notation : La dette publique de la Tunisie atteindra 73% en 2019, selon Moody's

15 mars 2018



Dans un communiqué rendu public jeudi 15 mars 2018, l'agence de notation Moody's indique qu'elle a dégradé, mercredi 14 courant, la note souveraine de la Tunisie de B1 à B2. Et que, parallèlement, la perspective est passée de négative à stable.

En outre, l'agence a également abaissé la note de la dette libellée en devises de la Banque centrale de Tunisie (BCT), de B1 à B2, et ramené la perspective

de négative à stable, en plus de la dégradation du ratio de la dette non garantie de B1 à B2.

“Le gouvernement de la Tunisie est légalement responsable des paiements sur toutes les obligations de la Banque centrale. Ces titres de créance sont émis pour le compte du gouvernement”.

Les principaux moteurs de cette dégradation sont les prévisions de Moody's, selon lesquelles l'érosion des réserves budgétaires et des réserves de change ne s'inversera pas de manière significative au cours des prochaines années.

1) La dette de l'administration centrale a atteint environ 70% du PIB en 2017 et augmentera graduellement en 2018-2019, en raison de la baisse de la capacité de remboursement de la dette.

2) Le déficit du compte courant restera important, s'établissant à 10,4% du PIB en 2017, et la dette extérieure de l'économie a encore dépassé les 80% du PIB, ce qui grève les réserves.

La perspective stable reflète les prévisions de Moody's selon lesquelles les indicateurs de crédit de la Tunisie resteront conformes à la note B2.

Toutefois, “l'assainissement budgétaire est en cours et atténuera la hausse du fardeau de la dette publique, tandis que la reprise de la demande extérieure pour les services, la production manufacturière et l'agriculture aidera à réduire lentement le déficit courant, empêchant une nouvelle érosion des réserves de change”, reconnaît Moody's.

La perspective stable reflète l'hypothèse de Moody's selon laquelle la Tunisie continue d'atteindre les objectifs du programme du FMI, assurant la continuité des décaissements prévus du secteur public, le gouvernement s'attendant à couvrir près de 50% des besoins de financement budgétaire.

Moody's prévoit que la dette publique atteindra 73% en 2019, contre 70,2% en 2017 et 61,9% en 2016, surtout que 65% de la dette publique est libellée

en monnaie étrangère et que les dettes des entreprises publiques ne cessent d'augmenter pour atteindre 13% du PIB.

Dans ce même contexte, l'agence attire l'attention sur la vulnérabilité extérieure de la Tunisie qu'elle estime très élevée, avec un important déficit du compte courant, largement financé par la dette et pesant donc sur les réserves de change.

D'après l'agence de notation, "la dynamique des comptes courants a continué de se dégrader en 2017, ce qui s'est traduit par un déficit de 10,4% du PIB contre 8,8% en 2016. Les réserves de change ont encore diminué pour s'établir à 77 jours au début de mars 2018".

Ceci dit, Moody's estime qu'avec "un gel effectif de l'embauche et une retraite anticipée dans le secteur public, combiné à des augmentations salariales modérées cette année, cette trajectoire d'assainissement budgétaire entraînera une réduction de la masse salariale à 14,2% du PIB en 2018, contre 14,7% en 2017".

"En vertu d'un accord pluriannuel entre le gouvernement et les principaux syndicats, le gouvernement s'attend à ce que la part des salaires baisse à 12% du PIB d'ici 2020", rappelle Moody's.

## Un scanner de SARTEX à l'hôpital de Ksar Hellal



La Société SARTEX (Société des Arts Textiles), entreprise tunisienne totalement exportatrice et leader en produits finis de textile (jeans, fashion et sportswear), sise à Ksar Hellal (Monastir), vient de mettre à exécution un projet sociétal par excellence. Pour un montant de 1,5 MDT, l'entreprise a fait l'acquisition d'un appareil de scannographie de dernière génération au profit de l'hôpital de la localité.

Une initiative qui tient en compte la bonne santé des citoyens et qui permet une ouverture de l'entreprise sur son environnement humain, à la plus grande satisfaction des bénéficiaires de cet appareillage devenu un moyen diagnostique incontournable et essentiel pour des soins plus efficaces des patients.

Il convient de souligner à cette occasion que SARTEX a pris van Laack Bizerte comme modèle, puisque cette dernière, sous l'impulsion de son directeur général, M. Ghazi El Biche, a été la pionnière, en Tunisie du concept de responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE). A cet égard, Van Laack Tunisie a créé la Fondation van Laack Tunisie dont les fonds sont entièrement consacrés aux œuvres caritatives destinées aux plus démunis et pour engager

des actions de rénovation d'équipements collectifs publics.

Van Laack Tunisie semble avoir fait des émules et il reste à espérer que les autres entreprises industrielles et commerciales prennent exemple et mettent la RSE au centre de leurs réflexions et sollicitudes.

*M. Bellakhal*

By AIMEE PICCHI MONEYWATCH March 19, 2018, 8:47 AM

# Trade groups tell Trump his China tariffs risk a "chain reaction"

More than 40 trade groups are petitioning the Trump administration to back away from tariffs on Chinese imports, saying the plan would "would trigger a chain reaction of negative consequences for the U.S. economy."

The 45 groups include some of the biggest U.S. industries, including the Consumer Technology Association and the National Retail Federation, whose members include large corporations including Walmart ([WMT](#)) and Apple ([APPL](#)). In [a letter sent to President Donald Trump](#) on Sunday, the trade groups urged the administration to rely on other strategies for addressing China's business practices.

After placing tariffs on imported steel and aluminum, Mr. Trump is reportedly considering tariffs on up to [\\$60 billion of Chinese goods](#), covering electronics, apparel and footwear and some transportation equipment. The president has pointed to America's \$375 billion trade deficit with China and accused the country of [stealing intellectual property from American companies](#) doing business there.

American consumers would end up paying more if tariffs are imposed, the trade groups warned.

"Tariffs on electronics, apparel, and other consumer products would increase prices for U.S. consumers and businesses, while doing little to address the fundamental challenges posed by unfair and discriminatory Chinese trade practices," they said in the letter.

The Trump administration's decision on tariffs may come in the next few weeks, [according to The Wall Street Journal](#). The groups are asking the administration to allow industry associations to comment on tariffs before that happens.

The tariffs would also ripple through the U.S. health care and education sectors, the trade groups said, because these industries rely on consumer electronics and imported goods and would face higher costs. Consumers might respond to by buying less, which would in turn crimp the financial markets, they added.

"We urge the Administration not to impose tariffs," the letter said, "and to work with the business community to find an effective, but measured, solution to China's protectionist trade policies and practices that protects American jobs and competitiveness."

# Tarifs douaniers : l'industrie américaine du textile alerte Washington

**ENRIQUE MOREIRA** Le 20/03 à 19:18 Mis à jour à 20:01



De nombreux industriels américains du textile, comme Abercrombie & Fitch, Gap ou encore Levi Strauss, ont adressé une lettre au président Trump ce mardi. - *Bebeto Matthews/AP/Sipa*

**La Fédération américaine de l'habillement et de la chaussure (AAFA) manifeste son opposition aux barrières douanières que Donald Trump veut imposer aux importations chinoises.**

Après le secteur automobile, qu'il avait attaqué dès le début de son mandat, et plus récemment l'acier et l'aluminium, Donald Trump s'en prend au textile. Ou plus précisément aux importations chinoises du secteur, pour lesquelles il menace d'augmenter les tarifs douaniers.

Selon le « Washington Post », le président américain pourrait annoncer avant la fin de la semaine jusqu'à 60 milliards de dollars de droits de douane supplémentaires.

Ceux-ci concerneraient des produits chinois allant de l'électronique grand public aux vêtements, chaussures et jouets.

Une menace que la Fédération américaine de l'habillement et de la chaussure (AAFA) prend suffisamment au sérieux pour avoir adressé, mardi, un courrier à la Maison-Blanche. Nombre des adhérents de l'AAFA dépendent en effet de ces importations.

## Un impact sur l'emploi

Parmi les signataires de la lettre, une vingtaine de grandes enseignes du secteur, dont des noms connus comme Abercrombie & Fitch, Best Buy, Gap, ou encore Columbia... « *Des hausses des tarifs douaniers pénaliseraient les consommateurs, les travailleurs et les entreprises des Etats-Unis* », écrivent-ils dans cette lettre.

Ils demandent également à ce que le gouvernement réfléchisse bien à l'impact que pourrait avoir sur les prix à la consommation une telle mesure. Et ce même si les industriels du textile affirment ne pas vouloir empêcher le gouvernement d'agir contre « *des pratiques technologiques et de propriété intellectuelle nuisibles* ».

Pour Steve Lamar, vice-président exécutif de l'AAFA, les droits sont déjà élevés sur des produits comme les chaussures. Leur hausse obligerait les entreprises à augmenter leurs prix ou bien à supprimer des emplois pour réduire leurs coûts.

## Tout le secteur mobilisé

La Fédération américaine de l'habillement et de la chaussure n'est pas la seule à estimer que l'administration Trump fait fausse route. Dimanche, déjà, 45 associations professionnelles ont exhorté le président à faire machine arrière en affirmant que sa décision serait « *particulièrement dommageable* » pour l'économie américaine et les consommateurs.

Le lendemain, plus de 20 grands distributeurs (parmi lesquels Walmart, Target, Best Buy et Macy's...) interpellaient à leur tour Donald Trump pour qu'il revienne sur sa

décision. Quatre-vingts fabricants ou vendeurs de chaussures, dont Nike et Under Armour, en ont fait autant dans un courrier séparé.



**BRIEF**

# Gap wants all tier 1 suppliers to pay garment workers digitally

Barry Hochfelder [@barryhoch21](#)

*PUBLISHED*

March 16, 2018

## Dive Brief:

- Gap has set a goal for all of its tier 1 suppliers to pay garment workers digitally by 2020, [the company said in a press release](#), impacting more than 1 million workers at 800 factories in 30 countries.
- By receiving electronic payments, workers will be better able to enter the formal financial system, providing greater control over their

finances, and allowing more transparency and improved opportunities to invest and save.

- Gap has joined the U.N.-based Better Than Cash Alliance consisting of governments, companies and organizations to accelerate transition from cash to digital payments to reduce poverty and drive growth.

## **Dive Insight:**

It's a digital world, but not for everyone.

According to the U.N.'s Better Than Cash Alliance, more than 2 billion people — a majority being women — are unable to participate in the formal financial system. Nowhere is this more prevalent than in the garment industry, where women make up about 80% of the workforce but live in a cash-only environment.

Gap's action will expand upon the 60% of its supplier factories that already provide digital payments. The goal is to scale that process across its entire global supply chain.

In its announcement, Gap said electronic wage payment can draw “previously unbanked workers into the formal financial system, allowing women greater control over their finances and a safer way to save, send money and invest.”

There already is ample proof electronic wages make a difference, according to the Better Than Cash Alliance — cost savings, transparency and security, financial inclusion, women's economic empowerment and inclusive growth.

A Moody's study reported that between 2008 and 2012, increased use of digital payments added \$983 billion in global economic growth. The World Bank says financial inclusion is critical in reducing poverty and achieving inclusive economic growth.

Bangladesh, for one example, could benefit greatly from digital banking. Payments made to and by businesses constitute 83% of the total payments

in the country, but only 6% of those payments, whether made or received, are transferred digitally. Breaking it down further, garment workers constitute 45% of the industrial workforce and 80% of those — 4.4 million workers —are women. 90% of those salaries are paid in cash, says the alliance.

However, one must wonder how digital payments can be implemented in a country where garment workers make \$37 per month, often in dangerous conditions (400 workers have died in 50 major fires since 1990). Many work 14-16 hours per day in hazardous, dilapidated buildings. Why? To survive.

Gap's plan has good intentions, but how much can possibly be adopted in less than two years? The retailer will have to make a concerted effort to work with its tier 1 suppliers if it wants to meet this ambitious goal in a short time frame.

# Washington dépose une plainte contre l'Inde à l'OMC

Agence France-Presse

15 mars 2018



Photo: Money Sharma Agence France-Presse Si la plainte vise particulièrement les exportations informatiques, **le secteur du textile et de l'habillement est également ciblé**

Washington — Les États-Unis ont annoncé mercredi qu'ils avaient déposé une plainte auprès de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) contre l'Inde et certaines de ses subventions aux exportations.

« Ces programmes de subventions aux exportations menacent les travailleurs américains en créant un terrain de jeu inégal sur lequel ils sont en concurrence », a déclaré Robert Lighthizer, le représentant américain au Commerce, cité dans un communiqué.

Cette annonce survient alors que le gouvernement Trump a lancé des actions tous azimuts pour contenir le déficit commercial des États-Unis avec le reste du monde. M. Lighthizer souligne que les États-Unis utiliseront tous les moyens à leur disposition, y compris ceux de l'OMC, pour « promouvoir un commerce juste et réciproque ».

La plainte américaine contre l'Inde cible en particulier les exportations du secteur des technologies informatiques. « Ces subventions manifestes aux exportations fournissent des avantages financiers aux exportateurs indiens leur permettant de vendre leurs biens à des prix bas au détriment des travailleurs et industriels américains », déplore également le département du Commerce.

Dans le détail, il explique que l'Inde exempte ses exportateurs de certaines taxes, de droits de douanes et de redevances et cite l'exemple de fabricants de produits en acier, des entreprises des secteurs pharmaceutique, chimique et du **secteur du textile et de l'habillement**. « Des milliers d'entreprises indiennes perçoivent des avantages totalisant plus de 7 milliards de dollars annuels pour ces programmes », affirme le département du Commerce en se référant à des documents du gouvernement indien.

Le déficit commercial des États-Unis avec l'Inde s'est élevé à 30,8 milliards de dollars en 2016. Et l'an passé, pour les seules marchandises, le déficit s'était élevé à 22,9 milliards.

Jusqu'à présent, le gouvernement Trump avait eu essentiellement recours à l'imposition de droits de douanes et de droits compensateurs imposés aux importations de produits qu'il estime subventionnés ou vendus à des prix inférieurs aux coûts de production. L'action de Washington auprès de l'OMC engage une procédure plus longue. Elle va donner lieu dans un premier temps à une phase de consultations pour s'efforcer de trouver un accord à l'amiable. Si aucun consensus n'était trouvé, « les États-Unis pourraient demander l'établissement d'un groupe d'experts » (panel) pour régler ce contentieux.

## **60 milliards contre la Chine**

Washington envisage en outre des mesures ciblant les importations chinoises. La presse américaine faisait état de tarifs douaniers sur un volume

d'importations chinoises équivalentes à 60 milliards de dollars, notamment des secteurs de la technologie et des télécommunications. Les tarifs cibleront une centaine de produits chinois, a par ailleurs indiqué à l'AFP une source proche des discussions

Au cours d'une réunion la semaine dernière, le président américain aurait indiqué aux membres de son cabinet et à ses conseillers qu'il « voulait frapper bientôt la Chine avec des tarifs et des restrictions sur les investissements en réponse au vol de propriété intellectuelle » présumé, selon Politico, qui cite trois personnes proches des discussions.

Mercredi, le président américain devait rencontrer dans l'après-midi, lors d'un déplacement dans le Missouri, des responsables du constructeur aéronautique américain Boeing avant de participer à une table ronde sur les baisses d'impôt et la réforme fiscale.

Le déficit commercial avec la Chine pour les seuls biens s'est élevé en 2017 à quelque 375 milliards de dollars.

## CPTPP expected to benefit Vietnam's textile, garment sector

**20** Mar '18



The Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) is expected to benefit the [textile](#) and garment, footwear, and food and beverage industries in Vietnam as the commitments on opening markets made in the old TPP have not changed, experts feel. The benefits would, however, be lower than it would have been with the TPP.

US President Donald Trump withdrew from the TPP after he was elected last year.

Japan is the second largest export market for Vietnamese textile and garment industry, with an annual growth rate of 23 per cent. Its garment imports from Vietnam is much smaller than those from China — 6 per cent versus 65 per cent. But the latter is on the decrease, while the former is rising because of preferential tariffs, according to a [report](#) in a Vietnamese newspaper.

CPTPP, however, is less attractive than the TPP and offers fewer opportunities to increase output and exports. But it is expected to lead to a greater level of export diversification.

The World Bank estimates that CPTPP would help Vietnam's gross domestic product increase by 1.1 per cent more by 2030, while export turnover to CPTPP countries may increase to \$80 billion, or 25 per cent of Vietnam's total export turnover.

Of this, the important business fields of Vietnam, including food and beverage, footwear and textile and garment would see export turnover increase by \$10.1 billion, \$6.9 billion and \$0.5 billion, respectively. (DS)

## Bright days for Vietnam's leather, footwear sector

21 Mar '18



Vietnam's leather and footwear sector will witness more orders and an expanded export market share in 2018, according to the Vietnam Leather, Footwear, and Handbag Association (LEFASO). The Vietnam-European Union (EU) free trade agreement, expected to be signed this year, will offer Vietnam's footwear products a big competitive advantage over China, it feels.

The sector's export revenue last year was \$18 billion, up 10.7 per cent over 2016 figures. The United States remains the largest export market for such products, accounting for 34 per cent of the sector's total export turnover, followed by the EU, South Korea, Japan and China, according to a Vietnamese state radio report.

The Producers Guild of America (PGA) is also accelerating the approval of a new tax bill, which will cut tariffs on several lines of imports, including dozens of footwear and textile products imported from Vietnam, according to the report.

The Skechers Group of the United States, which is planning to shift investment from China to Vietnam, is exploring investing in a large project in the country with about 20,000 workers.

But the sector will also face some challenges, including the impact of the fourth Industrial

Revolution (Industry 4.0) and the problem of enhancing labour productivity, LEFASO feels. Up to three-fourths of leather and footwear enterprises now find it difficult to invest in automation; only a fifth of them start at a small scale; and less than 5 per cent are planning to make investments in the area.

Apart from these, the protectionist policies implemented by certain countries also pose a big challenge to the sector.

In 2018, Vietnam's leather and footwear sector has set an export revenue target of \$20 billion, a 10 per cent rise over 2017. (DS)