

Sommaire / Summary

 Australia : wool producers happy to see prices of wool high	1
 Bangladesh : garment workers will have wage board	2
 Bangladesh : OIT : renforcer la sécurité des usines	4
 Cambodia : Brexit to impact Cambodia garment exports	6
 China lays out plan to boost foreign investment	8
 China : l'industrie de la mode made in China est en plein bouleversement	10
 France : Fort de résultats record, Lectra mise sur les machines connectées	14
 France : la mode française va à la conquête de la Chine via Alibaba	16
 France : on a tenté de faire les soldes mais....	18
 France : Vivarte, du mastodonte de l'habillement français au démantèlement	25
 Haïti : l'industrie vestimentaire à la croisée des chemins	28
 India : apparel industry is shifting base from China	30
 Indian textile industry gearing up for post-GST era	34
 India : textile industry seeks a special package in the budget	38
 Malaysia : textile sector not a « sunset industry »	39
 Maroc : le secteur textile-habillement fait sa promotion à Paris	41
 Maroc : le jean marocain s'expose à Munich	43
 Pakistan : value added textile defies declining trend in exports	45
 South Africa : how one textile firm survived Chinese competition	46
 Tunisie : don japonais d'équipements pour le centre de formation de la Goulette	47
 Tunisie : IDE : les entreprises françaises opposées à la contribution de 7,5 %	48
 Tunisie : le textile-habillement retrouve des couleurs	51
 Turkish government seizes giant textile company	52
 USA : impact of Trump's presidency on US textile industry	53
 Vietnam : textile, garment sector finds way to restore	56
 Vietnam : foreign enterprises call for less frequent wage increases	57
 Vietnamese factories hum at full capacity despite Trump snub	59
 Vietnam : textile, garment sector finds new way increase export turnover	63
 Vietnamese firms thrive as TPP dies	65



THURSDAY, 26 JANUARY 2017 17:16

WOOL PRODUCERS ACROSS AUSTRALIA HAPPY TO SEE PRICES OF WOOL HIGH

Seeing that the market continues to maintain strong and so the prices, after reaching record levels, wool producers across Australia are a celebrating lot. Last Wednesday, the Eastern Market Indicator (EMI) — Australia's wool market benchmark hit a historic new level of 1439 cents a kilogram and then fell back to finish the week at 1434 cents a kilogram.

The previous record of 1425 cents were standing strong 2012. And the new lofty prices have many producers confident for the year ahead. Producer Matt Ashby from Gulnare, South Australia said that producers were relieved to see some good prices.

New South Wales producer John Alcock from Bombala agreed that the fashion industry was utilising more Australian wool. After the finer microns took off, he was of the belief that it was largely due to the fact that the Chinese have realised if they want good quality materials they've got to use the nice, finer, softer wools with good, traditional crimping and that drape well. No doubt, they had to struggle to get the better quality wools, he rued.



FASHIONATING WORLD

WEDNESDAY, 1 FEBRUARY 2017 12:37

BANGLADESH: GARMENT WORKERS WILL HAVE WAGE BOARD

Bangladesh will set up a wage board for readymade garment workers by 2018. The minimum monthly wage for garment workers in Bangladesh is \$68, compared to about \$280 in mainland China. In Bangladesh, 3.5 million workers in 4,825 garment factories produce goods for export to the global market, principally Europe and North America. The Bangladeshi garment industry generates 80 per cent of the country's total export revenue. However, the wealth generated by this sector has led to few improvements in the lives of garment workers, 85 per cent of whom are women.

The majority of garment workers in Bangladesh earn little more than the minimum wage, far below what is considered a living wage, which would be the minimum required to provide a family with shelter, food and education.

The annual growth for Bangladesh's readymade garment sector is predicted to be seven to nine per cent over the next five years. Still, garment exporters worry about profit margins being squeezed due to increased compliance costs in the wake of the 2013 Rana Plaza factory collapse and a push from buyers to further reduce costs. It's estimated most of Bangladesh's garment exporters are operating with a profit margin of just three per cent.

AAFA WRITES TO BANGLADESH PM DRAWING HER ATTENTION TO ON-GOING WAGE CONCERNS

In a letter to Bangladesh Prime Minister Sheikh Hasina Wazed, the American Apparel & Footwear Association (AAFA) has addressed the on-going wage concerns, arrests of labour leader and worker terminations. The appeal addresses the fallout from minimum wage disputes in the Ashulia district of Dhaka last month after which 1,600 workers lost their jobs, 600 faced legal charges and 11 garment union leaders were arrested.

The unions also accused security forces with raiding private homes, shutting down union offices and burning membership documents. The AAFA used this opportunity to reaffirm its support for the ‘rights of workers to freely associate, including associated legal protections from harassment, intimidation, and termination for exercising their right to freely associate’. And it says it stands against any illegal actions, be they from workers, labor groups, or factory owners.

AAFA is the latest group to address the ongoing situation including IndustriALL Global Union and UNI Global Union. To quell this and further disputes, the AAFA has suggested regular wage reviews. On behalf of its 1,000 members the organization has called for the swift resolution of the wage issues and arrests in order for the sector to continue to enjoy a healthy relationship with the brands it supplies. The Bangladesh apparel industry employs 4.5 million people and accounts for 83 per cent of the country’s overall exports.



Bangladesh: En finir avec les étincelles pour renforcer la sécurité des usines

Les défauts électriques sont la cause principale d'incendie dans l'industrie textile au Bangladesh. L'OIT, avec le soutien du ministère du Travail des Etats-Unis, a contribué à renforcer les capacités des inspecteurs incendie pour détecter les risques électriques.

Actualité | 6 février 2017

DHAKA (OIT Infos) – Shahjadi Sultana est l'une de rares inspectrices incendie du Bangladesh.

Suite à sa promotion au poste d'inspectrice d'entrepôt en 2015, Shahjadi Sultana a vérifié la sécurité incendie de quelque 500 établissements à travers le Bangladesh. Cependant, depuis qu'elle a participé à une formation spécialisée en sécurité électrique fin 2016, elle est capable d'évaluer tous les systèmes électriques importants d'un œil plus critique quand elle mène ses inspections.

Organisée par le projet «[Améliorer la sécurité incendie et la sécurité générale des bâtiments au Bangladesh](#)» de l'Organisation internationale du Travail (OIT), financée par le ministère américain du Travail, la formation a permis aux participants d'enrichir leur connaissance des considérations électrotechniques qui s'appliquent à la sécurité. Les besoins de formation sont évidents. Selon les chiffres du DIFE, le service incendie et la défense civile du Bangladesh, environ 75 pour cent des incendies survenant dans l'industrie textile sont provoqués par des défauts électriques.



Shahjadi Sultana lors d'une visite d'usine

Pour Shahjadi, mieux connaître les questions de sécurité électrique marque une nouvelle étape dans son évolution en tant qu'inspectrice. Après avoir rejoint le service incendie en 1992 comme opératrice

téléphonique – à une époque où les femmes n'étaient pas autorisées à travailler sur le terrain – l'inspectrice a progressivement gravi tous les échelons. Shahjadi est l'une des cinq femmes employées dans les opérations du service incendie et les cellules d'inspection. Elle travaille sur le terrain depuis près de 14 ans – quatre ans comme sous-officier et dix autres années comme officier à la caserne à Kalurghat, près de Chittagong – où elle a dû se rendre sur de nombreux incendies, en grande partie provoqués par des courts-circuits électriques. Elle en sait dorénavant beaucoup plus sur les moyens de réduire le danger des incendies causés par des défauts électriques.

En tout, 315 inspecteurs incendie, ainsi que des représentants de l'inspection du travail et des organisations professionnelles, ont pris part aux sessions de formation pendant trois jours. Ces sessions ont contribué à les sensibiliser aux dangers potentiels liés à la sécurité électrique, à améliorer leur compréhension de la conception des systèmes d'alarme et de détection incendie, ainsi qu'à leur donner des notions sur les schémas électriques. Le travail en classe a été complété par des visites sur le terrain pour aider les stagiaires à mettre en pratique leurs nouvelles compétences dans un environnement industriel.

Ce nouveau savoir a été utilisé à bon escient. «Dans certaines usines, les postes incendie sont situés dans les étages alors qu'ils devraient être au rez-de-chaussée. A plusieurs reprises, j'ai aussi constaté que la mise à la terre n'était pas bonne et j'ai immédiatement attiré l'attention de l'encadrement sur ce problème», explique Shahjadi.

Elle ajoute que la liste des points de contrôle à vérifier pendant les inspections n'entraîne pas beaucoup dans le détail s'agissant des problèmes électriques parce que le personnel du service incendie n'avait pas les compétences ni les connaissances pour rechercher certains éléments.

Rendre les inspections plus rigoureuses

«Suite à la formation sur la sécurité électrique, de nouveaux points seront ajoutés à la liste de contrôle afin de rendre les inspections plus rigoureuses», dit-elle. L'importance de la formation est soulignée par le brigadier général Ali Ahmed Khan, Directeur général du service incendie et de la défense civile du Bangladesh. «Les courts-circuits électriques sont l'une des principales causes des incendies dans le secteur textile. Grâce à cette formation, le service incendie sera mieux outillé pour réduire ce risque et garantir le respect des normes et codes nationaux concernant la sécurité des bâtiments et des travailleurs, non seulement dans les usines textile mais dans l'ensemble des industries.»

Financé par le ministère du Travail des Etats-Unis, le projet Améliorer la sécurité incendie et la sécurité générale des bâtiments au Bangladesh a pour but de renforcer la sécurité incendie et l'intégrité des structures dans le secteur du prêt-à-porter. Travaillant en étroite collaboration avec les acteurs nationaux et en coordination avec les partenaires internationaux concernés, le projet de l'OIT devrait favoriser l'application de la législation et des règles concernant la sécurité incendie et celle des bâtiments – conformément aux normes internationales du travail et aux bonnes pratiques en matière de sécurité incendie et des bâtiments.

Ce projet au Bangladesh fait partie des efforts mis en place par le [Service de l'administration du travail, de l'inspection du travail et de la sécurité et santé au travail de l'OIT](#) pour construire une culture globale de la prévention sur le lieu de travail.

THURSDAY, 2 FEBRUARY 2017 13:12

BREXIT TO IMPACT CAMBODIA GARMENT EXPORTS

"Brexit is going to have an adverse impact on Cambodia's garment export sector, the International Labor Organization (ILO) has warned. Though new duty-free access to the US will ease pressure on exporters for some time, Cambodia's recent rise to lower-middle income status could also add to its challenges in a few years. International Labor Organization wage specialist Malte Luebker said, "Exports continued their strong growth over the first half of last year, up 10.8 per cent year-over-year to \$3.5 billion."



Garments currently make up roughly 80 per cent of Cambodia's total exports and have been its most reliable growth engine for the past several years. The country has struggled to diversify its economy beyond garments, tourism, agriculture and construction.

Uncertainty of future business

Thanks to the EU's Everything But Arms trade scheme, Europe has been Cambodia's No. 1 garment export market since 2014, with the UK topping the list. But the pound's slide against the dollar — 20 per cent between the third quarters of 2015 and last year — is making those exports more expensive and could lead to a drop in orders. "Although Britain has not yet withdrawn from the EU, the depreciation of its exchange rate means that the trading environment has already become more difficult for the Cambodian garment and footwear sector. If this depreciation is long-term, this difficulty will endure," the report highlighted.

Post-Brexit, Cambodia may face more long-term trouble if it loses the preferential access it now enjoys under Everything But Arms. The ILO says the UK could maintain that access for Cambodia and other so-called Least Developed Countries, or revert to World Trade Organization rules. In the latter case, Cambodia would lose its special access unless the government arranges a new free-trade agreement with the UK.

Duty free access to the US

The ILO says the duty-free access the US granted Cambodia's travel goods exports such as wallets, handbags and suitcases could help grow the industry, which is categorised as a sub-sector of garment manufacturing in the coming years. However, it remains in its infancy and currently accounts for only 1.3 per cent of total garment exports. At the same time, Cambodia's move last year from low to lower-middle income status means the country could lose its Least Developed status after a three-year grace period and the special access it gets to the rest of the EU along with it. "The Cambodian garment and footwear sector has some time to prepare for an environment in which its competitive advantage is reduced through loss of (Everything But Arms) status," the ILO says, "but it will need to adapt to this reality over the medium term."

China lays out plan to boost foreign investment

18 Jan '17



The Government of China has outlined measures to boost foreign investment, as part of an effort to build “a new open economic system” in the [country](#). The government is planning to further streamline government administration, improve regulations and reduce business transaction costs to create a favourable business environment for foreign investment.

“In order to implement the plan, the government decided to further push forward its opening-up policy, with efforts to revise the Catalogue for the Guidance of Industries for Foreign Investment, and further open the service, manufacturing and mining sectors,” the State Council said in a statement posted on its website.

In addition, the government encouraged foreign investment to take part in the implementation of China’s innovation-driven development strategy and upgrades in the manufacturing sector, and encouraged foreign talent to start businesses in China, the statement said.

The “Made-in-China 2025” initiative also applies to foreign-invested enterprises, while encouraging them to pour more investment in high-end, intelligent and green manufacturing, the State Council circular said.

Foreign investment is also encouraged to take part in infrastructure construction in energy, transportation, water conservancy, and [environmental](#) protection through franchising, it added.

Meanwhile, the government called for creating a market environment of fair competition, which requires related departments to examine the business licenses and qualification applications of foreign-invested enterprises with the same standards and processing timetable as those for domestic-invested enterprises. The intellectual property of foreign-invested enterprises should also be protected, according to the document.

The circular also called for more efforts to attract foreign investment, allowing local governments to form favourable policies to support foreign-invested projects that can facilitate employment, economic development and technology innovation, and reduce the costs for the investment and operation of foreign-invested enterprises.

The central, western and northeast regions will receive support to undertake industrial transformation of foreign investment. In addition, foreign-invested enterprises in supported industries in western regions will enjoy preferential tax policies.

The National Development and Reform Commission and the Ministry of Commerce will coordinate with related departments to strengthen supervision to ensure the implementation of these measures for foreign investment. (RKS



Par Michel Temman

le 08 février 2017

L'industrie de la mode made in Shanghai est en plein bouleversement. Toujours aussi performante, la filière manufacturière à grande échelle voit se multiplier les ateliers de production des créateurs indépendants.

2016, l'année du Singe en Chine, a été dans l'industrie du textile et de l'habillement celle de la transformation : Shanghai et sa région, premier pôle textile du pays grâce au réseau d'infrastructures, ateliers et à la qualité de la main-d'œuvre, passent peu à peu de l'industrie manufacturière à grande échelle à une économie centrée sur la création, selon le dernier livre bleu sur l'industrie de la mode publié par la China Europe International Business School (CEIBS), une école de commerce basée à Shanghai qui s'est associée pour cette étude au centre d'études sur l'industrie de la mode de Jingan, le quartier du luxe de Shanghai. Comme à [Pékin](#), en 2013, quand les services ont pris le pas sur l'industrie.



Shanghai et sa région constituent le premier pôle textile du pays grâce à leur réseau d'infrastructures et à la qualité de leur main-d'oeuvre. Les jeunes créateurs se développent quant à eux en assurant des ventes à flux tendu. Ici, l'usine du groupe Baoxiniao, fabricant de costumes haut de gamme. QILAI SHEN - GETTY IMAGES

En chiffres

- **873,9 Mds ¥** (116 Mds €) : c'est le CA total cumulé des industries de la mode, du luxe, du textile, de l'habillement et de l'e-commerce chinois en 2015.
- **La Chine abrite la 1re industrie de confection du monde**, avec une production de 45 Mds de pièces en 2015.
- **40 % de la production nationale** de textile est exportée.
- **Les secteurs du textile et de la confection** emploient 10 M de personnes en Chine.
- **En 2015**, le CA total du secteur du luxe a atteint en Chine 113 Mds ¥ (-2 % par rapport à 2014). Lors de leurs voyages à l'étranger, les Chinois ont acheté pour 75 Mds ¥ de produits de luxe.
- **D'ici à 2025**, la Chine assurera à elle seule 45 % de la croissance des ventes de la mode haut de gamme (selon McKinsey).
- **50 % du CA** du secteur de la haute couture est réalisé par les Chinois quand ils voyagent à l'étranger.
- **Les achats de produits de mode et de luxe au Japon par des touristes chinois ont augmenté de 251 % depuis 2014**, grâce à une politique plus souple de délivrance des visas touristiques entre les deux pays.
- **La campagne anticorruption** menée depuis 2015 par le président Xi Jinping a eu un impact direct dans le luxe : - 15 % de ventes en 2015 dans le prêt-à-porter masculin, les montres et les sacs à main

Un secteur bousculé par l'e-commerce

Les consommateurs chinois, déjà les premiers acheteurs de produits de **luxe** au monde, restent attentifs à la créativité locale. « *La clientèle est très éduquée : elle a une excellente approche des codes, des styles et des tendances. Elle se soumet moins aux caprices des marques branchées du moment et n'hésite plus à acquérir les produits de stylistes indépendants* », explique-t-on chez Activation Liquid, agence organisatrice d'événements de mode.



Les consommateurs chinois sont très attentifs à la créativité locale et n'hésitent pas à acquérir les produits de stylistes indépendants plutôt que de céder aux caprices des marques branchées du moment.

D'après une étude récente, 90 % des consommateurs, à Shanghai, reconnaissent que l'interaction avec leurs marques fétiches sur les réseaux sociaux les ont conduits à l'acte d'achat. « *A Shanghai, les jeunes femmes dépensent plus pour ce qui les rend heureuses. Elles suivent les tendances sur WeChat, sur Weibo et sur les blogs avant de passer commande en*

ligne », témoigne Vivian Xu, mannequin suivie par 1 million de fans chaque jour sur Weibo. Son blog OnlyLady totalise 32 millions de pages vues.



Les chinois sont les premiers acheteurs de produits de luxe du monde. Ici, le centre commercial du Plaza 66, dans le quartier de Jingan. Bien qu'ils achètent beaucoup en ligne, les shanghaiens continuent de faire du lèche-vitrines.

Des modèles de production alternatifs

Nombre de Shanghaiens qui achètent en ligne auprès de marques établies tiennent malgré tout à continuer de faire les vitrines en ville, à la recherche de nuances, d'articles, de marques moins connues. De leur côté, celles-ci se battent pour établir et pérenniser leur modèle économique, quitte à placer haut la barre. Une influente critique de mode, Hung Huang, a défrayé la chronique en désapprouvant les prix trop élevés pratiqués par les jeunes stylistes indépendants. Mais ces derniers ont-ils le choix? Pressées par les autorités chinoises de moins polluer, les usines textiles chinoises, installées autour de Shanghai et fournissant la fast-fashion en commandes énormes – H & M, Zara, Mango ou Uniqlo font un tabac en Chine –, restent équipées pour la production de masse et l'exportation. Mais, selon un schéma opposé et plus humble, les jeunes créateurs, après avoir bâti une image de marque, se développent en assurant un flux tendu de leurs ventes, que ce soit en boutique ou en ligne. Et beaucoup ont réussi. C'est le cas de la créatrice Fang Yang, « *l'un des cinq visages de la Chine moderne* » selon *Newsweek*, qui connaît un très beau succès après avoir monté, en 2013, son atelier By Fang de prêt-à-porter à Shanghai.

Fort de résultats record, Lectra mise sur les machines connectées

PHILIPPE BERTRAND Le 10/02 à 06:00

Le spécialiste des équipements de découpe de textiles prend le virage stratégique de l'industrie 4.0.

Malgré un effet Trump négatif dans la zone Amérique du Nord-Mexique, Lectra, leader mondial des solutions intégrées (logiciels, machines, services associés) de découpe de textiles et de cuir, a enregistré en 2016 un niveau de résultats historique. L'entreprise basée à Paris, mais dont le centre de recherche se situe à Cestas, près de Bordeaux, a enregistré un chiffre d'affaires en hausse de 10 %, à 260 millions d'euros, un résultat opérationnel en croissance de 18 %, à 37,3 millions, et un résultat net en progression de 7 %, à 7,9 millions. Le quatrième trimestre, particulièrement, a dépassé toutes les attentes.

Autres indicateurs positifs pour la société, dont 57 % du chiffre d'affaires est récurrent du fait des abonnements à ses systèmes : les commandes de nouveaux systèmes ont augmenté de 13 % au total, L'Asie est en pointe (+47 %), grâce à la Corée du Sud, où le groupe est implanté depuis deux ans, et le Vietnam, où il a ouvert un bureau en juillet dernier, mais aussi à la Chine, où la hausse de la main-d'oeuvre favorise l'automatisation des usines de confection.

L'Amérique est, en revanche, en baisse de 26 % sur ces commandes nouvelles, en raison de la crise brésilienne, mais, surtout, de l'incertitude dans laquelle sont plongés depuis l'élection du tonitruant Donald Trump les sous-traitants automobiles américains installés au Mexique.

Servir les Millennials

Pour 2017, Lectra se fixe comme objectif une croissance, à données comparables, du chiffre d'affaires de 6 % à 12 % et du résultat

opérationnel de 7 % à 15 %. L'intérêt des gros équipementiers auto pour les revêtements en cuir offre, notamment, de belles perspectives.

Mais le directeur général, Daniel Harari, voit déjà plus loin. L'année passée a clos le plan de montée en gamme lancé en 2013. Place à une nouvelle feuille de route stratégique 2017-2019. Objectif : servir les Millennials, clients finaux de ses clients, avides de mode, de qualité, de personnalisation des produits, et connecter les machines directement sur les données clients des distributeurs. Fort d'une expérience de dix ans dans les machines connectées, Lectra va proposer à ses clients des services cloud afin de stocker ses données avant de les traiter, toujours dans le but d'optimiser la performance des salles de coupe. C'est ce que le directeur général appelle devenir « *un acteur incontournable de l'industrie 4.0* ».

Philippe Bertrand, Les Echos

La mode française à la conquête de la Chine via Alibaba

JEAN-NOËL CAUSSIL |

COMMERCE CONNECTÉ, ALIBABA, TEXTILE, HABILLEMENT

PUBLIÉ LE 27/01/2017

Alibaba et la Fédération française du prêt-à-porter féminin signent un partenariat pour ouvrir une "french boutique" sur Tmall.com, l'un des sites de e-commerce du géant chinois.



Les marques de mode françaises auront accès au marché chinois, via Alibaba, dès le mois de mars 2017.

Alibaba va ouvrir, en mars 2017, une « french boutique » pour permettre aux marques de mode françaises de faire leur entrée sur le marché chinois. Une vingtaine de marques vont d'abord ouvrir le bal, sur Tmall.com, l'un des sites de [e-commerce](#) d'Alibaba.

Parmi elles, Prêt pour Partir, Zyga, Ikks, Nathalie Chaize, Mado, Teddy Smith, Ateliers de la Maille, Mât de Misaine, Urbahia, Daniel Faret, Zyga Lyn'n Laundry ou

encore Les Petites Bombes. Soit, le plus souvent, de petites marques qui, seules, ne pourraient pas arriver en Chine par leurs propres moyens.

439 millions de clients actifs

Cette « french boutique » résulte d'un accord de partenariat entre la Fédération française du prêt-à-porter féminin et Alibaba. « Cette french boutique est une formidable opportunités pour les marques de mode françaises », se réjouit Pierre-François Le Louët, président de la Fédération. Avec quelque 439 millions de clients annoncés comme actifs sur Tmall.com, on peut appeler cela ainsi, en effet...

Plateforme multimarque

« C'est un cercle vertueux que l'on veut ainsi créer », appuie de son côté Sébastien Badault, directeur général d'Alibaba France, fier de pouvoir bientôt compter sur une boutique « multimarque à la pointe de ce que sera la mode de demain ». Son espoir, en la matière ? Ouvrir cette french boutique à un maximum de marques avec, comme ambition que, sur cette première vague d'une vingtaine de marques, « cinq puissent peut-être disposer de leur propre boutique en ligne chez nous d'ici un an et que, dans cinq ans, trois puissent arriver pour de bon en Chine, via un réseau de magasins physiques. »

On a tenté de faire les soldes... mais notre conscience sociale et environnementale nous a rattrapés

28 janvier 2017 / [Marie Astier \(Reporterre\)](#)



Jusqu'au 21 février, les enseignes vivent à l'heure des soldes et de la consommation frénétique. En négligeant les impacts sociaux et environnementaux de l'industrie mondiale de l'habillement, dont la production a doublé depuis l'an 2000.

Vous arrive-t-il de regarder les étiquettes des vêtements ? Pas celle qui pend, devant, annonçant en grosses lettres le prix soldé. Pas celle, bien visible dans le cou du tee-shirt ou à l'arrière du pantalon, qui vous vante la marque. Non. Plutôt celle cousue à l'intérieur de la doublure, où vous vous perdez dans les indications en quinze langues.

Si à la rédaction de *Reporterre*, on n'a pas l'habitude de prolonger sa pause de midi pour faire du shopping, cette année on a essayé de faire les soldes d'hiver, qui se tiennent jusqu'au 21 février. Direction le centre commercial des Halles, un soir de semaine, au milieu de la foule bousculée. Sous les néons, le rouge vif des affiches « *SOLDES* » nous montre le chemin vers les deux géants de l'habillement :

Zara, marque phare du premier groupe mondial du secteur, l'espagnol Inditex, suivi du numéro deux mondial, le Suédois H&M.

Chez ce dernier, jean, tee-shirt et pull dans le panier, direction les cabines. On inspecte les étiquettes. Jean à 7 euros, fabriqué au Pakistan, mélangeant 80 % de coton, 18 % de polyester et 2 % d'élasthanne. Pull beige à 12 euros, fabriqué en Chine, 52 % acrylique, 32 % polyamide, 16 % mohair. Tee-shirt gris à 5 euros de la gamme Conscious, en coton bio mélangé à 5 % d'élasthanne, fabriqué au Bangladesh. On se renseigne auprès de la vendeuse : y a-t-il des pulls 100 % laine ? « Pas ici, répond-elle. Vous en trouverez dans les gammes premium, dans les boutiques des Grands-Boulevards ou des Champs-Élysées. »



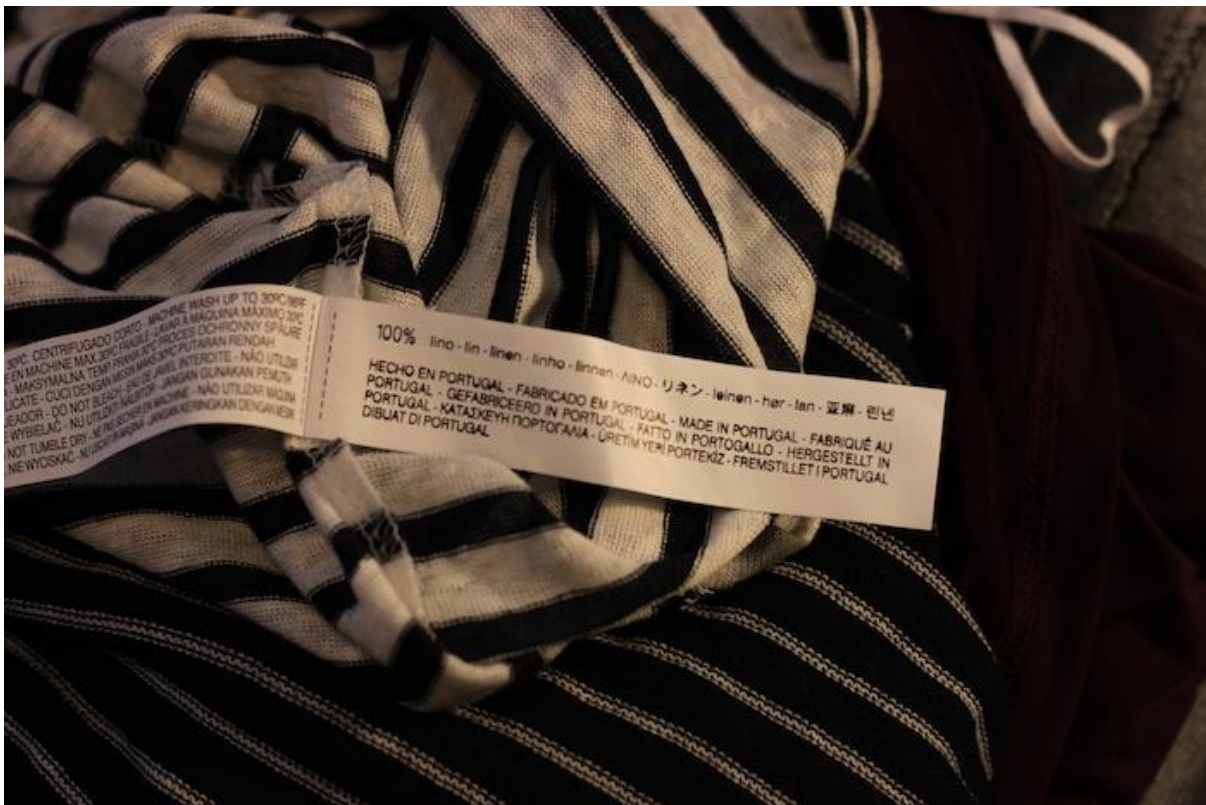
Étape suivante, Zara. Remarquons au passage que le fondateur du groupe, Amancio Ortega, est le deuxième homme le plus riche de la planète. En cette fin de journée, les vendeuses s'affairent à ranger les portants. De nouveau, trouver des matières naturelles s'avère compliqué. Le pull de la collection « knit » (tricot) est en... viscose, polyester et nylon, fabriqué en Chine. La très grande majorité des tee-shirts sont en matières synthétiques. Sauf un, en lin, fabriqué au Portugal et soldé à 8 euros. Pour le reste, on nous renvoie une fois de plus aux Champs-Élysées.

« Les étiquettes ne nous disent rien des conditions de travail des ouvriers qui fabriquent le vêtement »

Nous décidons plutôt d'aller rencontrer Nayla Ajaltouni, coordinatrice du [Collectif éthique sur l'étiquette](#). Elle nous explique que l'étiquette est en général la seule source d'information du consommateur. « Sur les étiquettes, en Europe seules la composition, pour protéger le consommateur, et les conditions d'entretien, pour protéger le fabricant, sont obligatoires. Il n'est pas obligatoire d'indiquer le pays de

fabrication. » Dans les faits, seule une petite proportion des vêtements ne comportent pas l'indication « *made in* » ou « *fabriqué en* ». « *Mais même quand c'est indiqué, cela ne prend pas en compte le fait qu'un vêtement peut passer par plusieurs étapes et plusieurs pays au cours de sa fabrication. Bien souvent, ce n'est que le pays de l'étape principale ou de la dernière étape de fabrication qui est indiqué.* » Ainsi, le tee-shirt fabriqué au Portugal de chez Zara peut très bien n'y avoir été qu'assemblé, le reste du processus ayant été effectué dans un pays lointain... Les étiquettes ne nous donnent donc qu'une information très parcellaire.

« *Notamment, elles ne nous disent rien des conditions de travail des ouvriers qui fabriquent le vêtement* », regrette Nayla Ajaltouni. Le drame du Rana Plaza, en avril 2013 au Bangladesh, les a tragiquement rappelées aux consommateurs occidentaux. L'effondrement de cet immeuble abritant des ateliers de confection avait fait plus de 1100 morts, « *et plus de 2.000 blessés la plupart désormais lourdement handicapés* », ajoute Nayla Ajaltouni. Les marques Mango, Benetton ou Primark y avaient des fournisseurs. Des étiquettes de vêtements Carrefour, Auchan et Camaïeu ont été retrouvées dans les décombres. « *Le Bangladesh est le pays où la main-d'œuvre est la moins chère au monde. Le syndicalisme y est réprimé. Et un tiers des députés sont aussi patrons d'usine, ils ne risquent donc pas de voter une augmentation du salaire minimum.* »



Mais il ne s'agit pas du seul pays concerné. Éthique sur l'Étiquette et les associations avec lesquelles le collectif collabore a recueilli des [témoignages](#), principalement d'ouvrières, en Inde, en Thaïlande, au Sri Lanka, au Cambodge, en Chine, en Indonésie, en Malaisie, et même plus proche de nous, en [Turquie et en Europe de l'Est](#).

Ces enquêtes ont constaté que bien souvent, les droits minimum définis par [l'Organisation internationale du travail](#) ne sont pas respectés. Éthique sur

l'Étiquette **résume** : « *Marques et distributeurs se livrent une concurrence agressive sur les prix, qui se traduit par une pression énorme sur leurs fournisseurs et sous-traitants (...). Dans les ateliers de production, les conditions d'hygiène et de sécurité sont déplorables et les accidents fréquents. Les ouvriers, en grande majorité des jeunes femmes, travaillent plus de 12 heures par jour, six jours sur sept, sans compter les heures supplémentaires non rémunérées. Quand ils existent, les contrats de travail respectent rarement la loi. Les travailleurs ne bénéficient bien souvent d'aucune protection sociale et touchent parfois des salaires inférieurs au minimum légal dans le pays.* »

Pour autant, ce n'est pas tant sur les pays de production, que sur les marques incriminées que les associations invitent à faire pression. Éthique sur l'Étiquette demande notamment beaucoup plus de transparence vis-à-vis du consommateur, avec plus d'informations obligatoires sur l'étiquette. En France, le collectif défend la **proposition de loi** sur le devoir de vigilance des multinationales, qui devrait repasser devant le Sénat pour une troisième lecture vers la mi-février. Elle introduirait un début de responsabilité des entreprises donneuses d'ordre envers leurs sous-traitants.

Les deux tiers des échantillons contenaient des éthoxylates de nonylphénol, un perturbateur endocrinien

Le phénomène n'est pas nouveau, pensez-vous peut-être, et il commence à être connu. Mais d'autres informations manquent sur l'étiquette, comme l'impact environnemental des vêtements. En 2011, Greenpeace a lancé sa campagne Detox, dénonçant « *les substances toxiques qu'utilisent les grandes marques* » et « *la pollution des cours d'eau causée par le rejet de produits toxiques dans les pays de fabrication de vêtements* ». En 2012, **un rapport de l'ONG** analysant les vêtements de 20 grandes marques (Giorgio Armani, Benetton, C&A, Calvin Klein, Diesel, Esprit, Gap, H&M, Mango, Zara, Levi's, etc.), notait, entre autres, que les deux tiers des échantillons contenaient des éthoxylates de nonylphénol, un perturbateur endocrinien. Cette substance est ainsi relarguée dans l'eau au niveau des usines élaborant les préparations chimiques pour les textiles, puis dans les ateliers de confection, via les machines à laver des clients, et encore dans les décharges lors de la fin de vie des vêtements, s'accumulant dans la chaîne alimentaire. Autres indésirables dus aux fibres synthétiques : les microplastiques, « *relâchés eux aussi dans l'eau et donc la dans la chaîne alimentaire à chaque lavage en machine* », ajoute Yannick Vicaire, de Greenpeace.

Soucieuses de leur image, beaucoup de marques ont répondu à l'appel de l'ONG, s'engageant à éliminer certaines substances toxiques de leur chaîne d'approvisionnement. Parmi elles, dans le bilan fait en 2013, Greenpeace **félicitait** notamment Benetton, C&A, Esprit, H&M, Mango, Zara. Concernant les conditions sociales de travail, certaines mettent également en place des mesures. Zara a ainsi établi un **code de bonne conduite** pour ses fournisseurs, proscrivant le travail des enfants et le travail forcé. H&M a créé la gamme Conscious, utilisant notamment du coton bio, mais sans critères sociaux, même si elle **affirme** ne travailler qu'avec des partenaires « *qui partagent notre volonté de respecter les personnes et l'environnement* ».



Y a-t-il des matières particulièrement polluantes lors de leur fabrication ? « *Difficile à dire*, explique le chargé de mission, *car on connaît mal les processus de fabrication des fibres artificielles, et en plus les process pour les matières naturelles, comme la laine ou, encore plus, le cuir, sont polluants.* » Le coton est aussi une matière naturelle qui pose question. Un [rapport de la FAO](#) de 2015 reconnaissait les risques de sa culture liés à la grande consommation d'eau, la salinisation des terres, l'importante consommation de pesticides.

Manon Quinti, blogueuse fan de mode, mais désespérée par son impact social et environnemental, tente de son côté de [proscrire](#) certaines matières lors de ses achats : polyester, polyamide, élasthane, acrylique... « *J'ajouterais le cachemire*, note-t-elle. *Car le fait qu'il soit à la mode a entraîné une forte augmentation de la production, de plus en plus de pâturages et une désertification de la région d'où il provient.* »

Mais, surtout, ce sont les mélanges de fibres que les défenseurs de l'environnement redoutent : le vêtement est alors quasi impossible à recycler. « *Par exemple, au-delà de 2 % d'élasthane on ne sait pas recycler* », indique-t-on chez Greenpeace. Sachant cela, les bacs de collecte des vieux vêtements de plus en plus fréquents en magasin, ainsi que les réductions offertes lorsque l'on rapporte un vêtement, paraissent dérisoires.

Le phénomène « mode jetable »

Enfin, « *cela ne suffira pas de se débarrasser des substances les plus dangereuses émises par cette industrie si on n'enraye pas la surproduction de vêtements*, observe Yannick Vicaire. *D'après les chiffres de l'industrie, la production de vêtements a doublé*

entre 2000 et 2014. La courbe est exponentielle, on garde les vêtements moitié moins longtemps qu'il y a 15 ans. »

C'est le phénomène appelé « *fast fashion* » ou « *mode jetable* ». Zara en a été le précurseur, raccourcissant le temps nécessaire entre le design et la mise en magasin d'une nouvelle collection, et multipliant ainsi les nouveautés, afin de sans cesse attirer le consommateur en magasin. H&M a ajouté à cela une politique de gros volumes permettant de proposer des prix bas. Les soldes sont le paroxysme de cette logique de consommation : « *De nombreuses enseignes de la mode "mainstream" réalisent spécialement pour la période des vêtements de moins bonne qualité et donc moins chers à produire* », indique Éthique sur l'Étiquette. Désormais, près de la moitié des vêtements sont [achetés au rabais](#).



Côté fibres, « *la croissance de l'utilisation du polyester accompagne ce mouvement, ajoute Yannick Vicaire. Son utilisation a augmenté de 157 % entre 2000 et 2016. Son bilan CO2 est trois fois plus lourd que celui du coton. Leur modèle économique même est néfaste pour l'environnement. L'industrie textile est l'une des plus polluantes à l'échelle mondiale.* » La « *fast fashion* » est donc la nouvelle cible de Greenpeace, avec sa campagne [Time out for fast fashion](#) (C'est la fin pour la mode jetable).

Troquer les habits

Sortie des Halles sans aucun nouveau vêtement dans la besace, il ne reste plus qu'à chercher les alternatives. Notre blogueuse, Manon Quinti, scrute les marques de la « *mode durable* », tendance en développement. « *Mais il n'y a quasiment aucune marque parfaite, reconnaît-elle. C'est à chacun de faire son choix, par exemple entre du coton bio et les conditions de travail.* » Elle essaye de se reposer sur

des labels comme Gots (Global Organic Textile Standard), commerce équitable, Ecotex ou Origine France garantie. *« Et puis il faut se désintoxiquer, accepter de réduire sa consommation et ne pas se dire, quand on voit le prix d'un vêtement éthique, que c'est hypercher. J'adore la mode, faire les magasins, mais à un moment on réalise qu'on a trop de choses et que ça ne nous rend pas heureux. On s'est bien fait avoir ! »*

Autres alternatives : les vêtements d'occasion, la location de vêtements ou encore le troc de vêtements et les vide-dressing. Une occasion d'allier un événement convivial à un tri dans les placards trop pleins.

Vivarte: du mastodonte de l'habillement français au démantèlement

Par [AFP](#) — 24 janvier 2017 à 14:43 (mis à jour à 15:22)



Manifestation de plusieurs syndicats (CGT, FO, CFTC, CFE-CGC) de Vivarte, le 5 janvier 2017 devant le ministère de l'Industrie à Paris. Un salarié cégétiste porte un sac "André" Photo GEOFFROY VAN DER HASSELT. AFP

Vivarte, qui vient d'annoncer les ventes prochaines d'André et de Naf Naf et la suppression de plus de 700 postes à La Halle aux chaussures, fut longtemps un fleuron de l'habillement, avant de sombrer dans une spirale de difficultés commerciales et financières, après des rachats successifs par des fonds.

Vivarte, c'est aujourd'hui environ 4.000 points de vente et 14 marques d'habillement (La Halle, Caroll...) et de chaussures (Besson, San Marina).

Bientôt ce portefeuille diversifié sera notablement amputé, avec la vente annoncée d'André, de Pataugas, Chevignon, Kookai et Naf Naf.

Cette réduction n'est pas la première que subit le groupe.

En 2008, Vivarte comptabilisait 24 marques et exploitait plus de 5.000 magasins. En 2014, le distributeur employait 22.000 personnes, contre 17.000 aujourd'hui.

La cession prochaine d'André (135 magasins, 786 salariés) fait figure de symbole, Vivarte ayant porté jusqu'en 2001 le nom de Groupe André, et l'enseigne étant à l'origine de la création du groupe.

Le distributeur voit le jour en 1896 à Nancy, lorsque Albert Lévy rachète la Manufacture nancéenne de chaussures, pour fabriquer et commercialiser des souliers bon marché.

En 1903, c'est l'ouverture d'un premier magasin à Paris, bientôt suivie de plusieurs autres, sous l'enseigne «André».

En 1967, le groupe s'internationalise, avec l'ouverture de succursales en Belgique, au Canada, en Italie, en Allemagne.

A partir de 1984, il se diversifie dans l'habillement, avec l'ouverture de La Halle aux vêtements, qui vient s'ajouter à la Halle aux chaussures, crée trois ans plus tôt.

En 1987, le groupe acquiert Pataugas, suivie de Carroll (1988), Creeks, Liberto (1989) et Kookaï (1990).

En 2001, Georges Plassat arrive à la tête du groupe et le renomme Vivarte. Son ambition est alors de doubler la taille du groupe en trois à cinq ans. C'est le début de la course aux ouvertures, avec environ 100 nouveaux magasins chaque année. Les rachats se poursuivent, avec notamment Naf Naf et Chevignon en 2007.

Pour financer ces opérations, Vivarte doit faire entrer des fonds d'investissement dans son capital.

C'est alors qu'arrive la crise de 2008. Cette dernière pousse les consommateurs français à réduire leurs achats d'habillement, tandis que l'arrivée de nouvelles chaînes étrangères de «fast fashion» (H&M, Zara...) donnent un coup de vieux aux enseignes de Vivarte.

Le distributeur fait également face à une dette importante, à la suite de son rachat par le fonds Charterhouse, financé par de l'emprunt.

En 2012, la dette gonfle à 2,8 milliards d'euros. Parallèlement, les ventes reculent: -4,6% en 2011/2012, -1,8% en 2012/2013.

- Quatre PDG en cinq ans -

Le PDG de l'époque, Marc Lelandais, n'a pas d'autre choix que de renégocier la dette. Aux termes d'un accord, celle-ci est réduite de 2 milliards d'euros, et 500 millions d'euros sont injectés dans l'entreprise. En échange, les anciens créanciers (les fonds Oaktree, Alcentra, Babson et GLG) prennent le contrôle du groupe.

Pour tenter de regagner des parts de marché, la direction tente une montée en gamme de La Halle. Un échec, qui coupe la marque de sa clientèle populaire.

En 2015, le chiffre d'affaires du groupe tombe à 2,3 milliards d'euros contre 3,1 milliards trois ans plus tôt.

C'est le début de la valse des PDG: Marc Lelandais est remplacé par Richard Simonin, puis Stéphane Maquaire. A l'automne 2016, c'est Patrick Puy, spécialiste des restructurations, qui prend les rênes du groupe.

Entre-temps, un plan social, touchant principalement La Halle, est annoncé, avec plus de 1.800 postes supprimés. Les enseignes Accessoire Diffusion, Défi Mode, Compagnie vosgienne de la Chaussure sont progressivement cédées. Pataugas, Kookaï et Chevignon sont sur le point sur le point d'être vendues.

La fusion de La Halle et La Halle aux chaussures, couplée à la fermeture de 141 magasins de cette dernière, est également désormais programmée. La vente de Naf Naf vient aussi d'être annoncée.

Les syndicats craignent que l'hémorragie ne s'arrête pas là. Le nom de Caroll, l'une des seules enseignes du groupe à avoir réussi à rajeunir son image et dont la direction vient d'être changée, revient régulièrement.

[AFP](#)

L'industrie vestimentaire d'Haïti à la croisée des chemins

Une copie de l'étude intitulée «Profil de l'industrie vestimentaire d'Haïti », réalisée en 2015 par le projet LEVE (Local Enterprise and Value Chain Enhancement), financé par l'USAID, nous est parvenue à la rédaction du Nouvelliste. L'objectif de ce rapport, selon l'instigateur, est de présenter au Centre de facilitation des investissements (CFI) un profil du secteur haïtien de l'habillement et du textile, la proposition de valeur d'Haïti et les principales recommandations pour soutenir la croissance du secteur.

Publié le 2017-01-20 | Le Nouvelliste



L'industrie vestimentaire haïtienne bénéficie de nombreux avantages (accès aux États-Unis en franchise de droits de douane, proximité avec les acheteurs américains, salaires relativement bas et réglementations favorables du travail), note ce rapport datant de mars 2015. Toutefois, le secteur compte pas mal de faiblesses également (manque de cadres intermédiaires haïtiens rendant l'embauche d'expatriés onéreuse, longs délais d'approvisionnement en tissus, une alimentation énergétique aléatoire et certaines lois du travail désuètes entravent également l'expansion de l'industrie). « La disponibilité des ressources en eau et le traitement des eaux usées des usines demeurent un obstacle majeur à l'investissement en Haïti, en particulier dans le secteur de l'habillement [...] L'absence d'installations de distribution d'eau et d'assainissement bloque tout investissement potentiel dans les opérations de teinture

de tissus. Plusieurs usines sont actuellement alimentées en eau par camions-citernes», fait remarquer le rapport. L'industrie vestimentaire haïtienne est à un tournant décisif. Sans investissements considérables dans les infrastructures, y compris les usines de production d'énergie, les installations de production et de traitement d'eau et des bâtiments industriels viabilisés, la capacité du secteur à attirer des investissements supplémentaires est sérieusement limitée. En ce sens, l'auteur de ce rapport estime qu'il est urgent que le gouvernement haïtien trouve des sources de financement pour le développement des infrastructures et se dirige enfin vers de grandes réformes. L'industrie vestimentaire représente aujourd'hui à elle seule 90% du total des exportations d'Haïti. En 2000, les exportations haïtiennes de vêtements atteignaient \$250 millions. Grâce à la loi HELP, les exportations de vêtements ont atteint \$700 millions en 2011. En 2014, elles ont atteint \$855 millions. Fin 2014, il y avait 24 fabricants de vêtements en masse pour l'exportation. Des visites d'usines estiment à environ 35 000 le nombre de travailleurs actuellement employés par ces producteurs, chiffre proche des 36 000 publiés officiellement. Pour que l'industrie vestimentaire soit durable et qu'elle se démarque de cette image de travail bon marché, il lui faut viser un plus large éventail d'articles vestimentaires. L'industrie devrait également envisager la fabrication et l'assemblage des produits (Full Package), tout en ajoutant davantage de décorations sous forme de broderie, de pièces, de cordons, de sequins, de perles, d'impression sur vêtement et de lavage de vêtements. Entre autres recommandations, ce rapport préconise l'amélioration des infrastructures industrielles, l'installation des stations de production et de traitement d'eau, l'amélioration de la structure de formation des travailleurs débutants et des cadres intermédiaires, d'autres initiatives visant à encourager les investissements, la prorogation des lois HOPE, le financement des fabricants de vêtements, la création au sein de l'Association des industries d'Haïti (ADIH) d'un groupe de travail distinct pour s'occuper de l'Association d'exportateurs d'articles vestimentaires et la réforme de certaines lois sur le travail.

Apparel industry is shifting base from China, creating a potential market of \$280 billion for other countries: Ratika Jain of CII

 Sarika Malhotra Last Updated: January 25, 2017 | 16:45 IST



How is the Indian textile sector placed?

India has the ecosystem from fibre to fashion, both in cotton and man-made fibre, an abundant and young labour force, a vibrant domestic market and a good second largest exporter of textiles, apparel and made-ups in the world. Currently, the imports into India for apparel, made-up and textile items are low but there are specific segments where they are growing rapidly. These include Moisture Management Fabric (MMF) and technical textiles. As wage cost is rising and Yuan gaining strength, apparel industry is shifting base from China, creating a potential market of \$280 plus billion for other countries. India is uniquely positioned to capitalize on this opportunity.

What are the big issues that the sector is facing?

There are key challenges which need to be addressed. Setting and scaling up: the textile sector was traditionally reserved for Small Scale Industries (SSIs) de-reserved in late 2000 year. The largest Indian apparel and made-

ups factory will employ 3000-4000 people, large Chinese factories employ over 10,000 people at one place. Some even go up to 30,000 people. Significant attempts have been made to increase the scale in Indian industry but the key issues revolve around - labour, land and building, enabling infrastructure such as power and connectivity. Unfavourable labour environment: The fear of managing large number of employees has dissuaded several enterprises from growing. Some states have introduced progressive reforms to benefit the industry, still majority are far from adopting progressive reforms. The biggest capital cost components for an apparel factory are the land and building costs which is more than 50 per cent. Issues related to land acquisitions have deterred entrepreneurs from venturing into large scale manufacturing. Our clusters are fragmented and lack clear positioning in the minds of Buyers.

High operating cost: It has two aspects. The cost side pressures such as - tax, power, wage, wage increases and other is labour productivity. The sector is highly labour intensive. The wage cost can go up from 6 to 8 per cent of the overall cost base in yarn to as high as 30-40 per cent in the case of apparel. Synthetic value chain is very poor despite huge raw material base. The lack of local fabric availability at the right quality and at competitive prices leads us to resort to importing MMF fabrics. Such imports result in loss of drawback on exports of apparel made from such imported fabric. Another issue is differential treatment of cotton (0) and synthetic (12.5 per cent) products in terms of excise duty. Energy cost is higher in Gujarat and Maharashtra compared to rest of the country, where fabric and yarn production is concentrated. Labour productivity is poor than countries like Bangladesh, mainly due to poor working conditions, insufficient training and high attrition rates. Market barriers: Higher duty on synthetics and lower drawbacks as compared to competitors is another major factor. This make synthetic segment uncompetitive. The cost disadvantage ranges from 2 to 11 per cent. China has maximum VAT rebate for textile and apparel exporters of 17 per cent, whereas India allows a drawback of around 7-11 per cent. Trade barriers is another issue. Logistic Challenges: both in domestic and export markets logistics is a challenge. Be it land ports (ex. Petrapole) or sea ports (JNPT) customs procedures and clearances take more time than other countries. India suffers 2-3 week disadvantage against China and one week gap against Vietnam on logistics. Investment and financing entrepreneurship is an issue: TUFS is an important scheme by government but its benefits has gone towards the spinning sector. As time to market is important in fashion industry, Indian manufacturers are not able to complete as cost of working capital is high. Indian Manufacturers are not able to stock up fabric for upward processing as compared to China & Vietnam. India takes on an average 63 days from placement of PO till shipment from Mill. While china takes 31 days and Vietnam takes 46 days. Lack of investment in knit technology and other latest processing technology.

Where do you think India needs to catch up to be a global market leader?

Firstly, build scale to suit the fabric of Indian society, as the industry is highly labour intensive, introduce flexible labour laws; job linked support schemes, innovative hub and spoke models for apparel/textile parks to employ labour in hinterlands and introduce PPP models for Industry to provide scale and create jobs. In India, share of companies with revenue more than 200 million is 3 per cent while in China it is 14 per cent and in Bangladesh it is 7 per cent. Secondly, bridge the operating cost gap, especially on synthetics. Entrepreneurs need to aggressively drive up productivity by investing in world class facilities, process improvements and build a culture of manufacturing excellence. Simplified tax structures and neutral implementation of GST for both cotton and synthetic products will give the much required boost to the industry. Thirdly, infrastructure, especially at ports, import facilities and clearance procedures should be streamlined to cut turnaround times.

Signing FTAs with major markets like the European Union can equalise market access positions with key competitors like Bangladesh. Bangladesh has zero duty access to EU, Vietnam is on its way, India has 10 per cent duty, while China has 12 per cent duty on cotton shirt. Fourthly, increased investments in technology, especially processing and technical textiles either through capital subsidy or technology partnerships. The A-TUFS released in December 2015 has taken welcome steps in this respect. Fifthly, Indian entrepreneurs need to invest both financial and human resources on technology and innovation to address the constantly evolving markets. Investments are required in technical textiles, processing, and apparel making in particular. India needs to create its own 'silicon-valleys' for technical textiles, with a full ecosystem of investors, start-ups, production facilities and ultra-fast clearances. Ease of doing business is equally critical for innovation.

Which segment within the textile supply chain is the weakest? And what can be done to boost it?

Fabric and processing are the weakest segments of the value chain. However, need is to provide end to end solution for the entire value chain. Global brands like PVH, H&M, GAP etc see India's end to end ecosystem as one of our value propositions in replacing China. In order to strengthen the value chain, synthetics industry needs support in the form of GST neutral rates for cotton/MMF; synthetic fiber should be available at international rates, power cost rationalization; global competitiveness, drawback scheme similar to China under GST; adjust export drawback in the interim to reflect state taxes (depends on final drawback rates notified by Government); capital cost rationalization.

Though India is a leader in the yarn space, where and how does it lose the edge in the processing and fabric stage?

The processing and fabric segments are highly fragmented and comprising of SSIs. China is a leading in fabric exports globally, accounting for over 45 per cent of all global fabric exports in 2014. India is relatively poor in knits category due to lack of technology and investment, while global market is moving towards knit category. The imports of knit fabric is rising rapidly, which needs to be curtailed through better sufficiency in these segments which can be achieved by strong processing facilities in India. In apparels, India's domestic and global position in apparel has been relatively strong compared more developed economies but has underperformed peers like Bangladesh, and Vietnam who have seen growth rates of over 18% per annum over the last five years compared to India which has averaged 9 per cent in most categories. India's competing countries are having duty free access in major markets, USA and EU. This make Indian textile products highly uncompetitive in these markets.

The cabinet has approved the new textile package... how do you think it will benefit the textile supply chain?

The special package announced recently is expected to boost competency of textile and apparel exports in international markets. The seasonal flexibility i.e. increases in overtime limit from 50 hours to 100 hours and introduction to fixed term employment are already addressed by Government in the special package. This will help the sector to attain scale of production. With EPF scheme reforms and overtime caps, introduction of fixed term employment, additional incentives under TUFs, industry will be encouraged to increase scale and capacity.

Enhanced duty drawback will encourage competitiveness of Indian exports in foreign markets. It is equally important to protect the entire value chain. Spinning, weaving, processing sector are the key segments of the value chain which is supplying raw material to the apparel sector. Supporting these segments will benefit the entire textile and apparel industry to attain competitiveness.

WEDNESDAY, 25 JANUARY 2017 23:45

INDIAN TEXTILE INDUSTRY GEARING UP FOR POST-GST ERA

"Introduction of GST replacing the present indirect taxes will have considerable impact on the textile industry. However, GST's true impact can be determined only after final rates are declared for goods. Presently, most garment manufacturers opt for either complete excise duty exemption or payment at 2 per cent without Cenvat credit benefit as most of the raw materials do not face excise duty, especially for cotton based sector. On branded garments, the effective excise duty rate would be 1.2 per cent (if opted for 2 per cent payment with abatement of 40 per cent) or 7.5 per cent (if opted for 12.5 per cent payment with abatement of 40 per cent)."



Introduction of GST replacing the present indirect taxes will have considerable impact on the textile industry. However, GST's true impact can be determined only after final rates are declared for goods. Presently, most garment manufacturers opt for either complete excise duty exemption or payment at 2 per cent without Cenvat credit benefit as most of the raw materials do not face excise duty, especially for cotton based sector. On branded garments, the effective excise duty rate would be 1.2 per cent (if opted for 2 per cent payment with abatement of 40 per cent) or 7.5 per cent (if opted for 12.5 per cent payment with abatement of 40 per cent). The sales tax would also be paid at lower rates or at concessional rates under composition schemes as applicable in different states.

Implications on indirect tax



get subsumed. For textile and its products, the GST

rate of 12 per cent is expected. If it is so, then it could have a negative impact as the industry is price sensitive. Paying 12 per cent GST would be costlier for assesses who are presently paying 1.2 per cent excise duty + 5 per cent to 6 per cent of VAT, which amounts to 6 to 7.2 per cent tax. Even input tax credit on inputs and input services may not be sufficient to fill the gap as natural raw materials such as cotton may continue to get exemption in GST regime.

Other materials such as chemicals, dyes, accessories and packing materials, which constitute around 8 per cent to 12 per cent of total material cost could be liable for standard GST of 18 per cent, which is eligible as input tax credit when output GST is paid. However, in case of manmade fibres, most assesses have been paying excise duty at regular rates along with VAT. Inputs such as polyester fibre, nylon and other petrochemicals suffer excise duty, which can be claimed as Cenvat credit.

This segment may get level playing field as GST rate of 12 per cent could have positive impact on them who are already paying more than 12 per cent tax. For this sector, seamless credit could also result in lower price of goods which could boost demand for non-cotton garments benefitting consumers by way of price reduction. It is expected that there can be a gradual shift in the domestic textile industry towards manmade fibre under GST regime due to tax advantage.

Option of tax payment job work in GST

Even in GST regime, the principal would get the option of sending inputs or capital goods for job work. Raw materials sent to be received back within one year and capital goods to be received back within three years. If the goods are not received within this time limit, then supply of goods would be treated as supply for levy of GST. The processed goods could also be sent directly to customers of principal, provided job workers are registered or the details of job workers place are added as additional place of business in principal's registration certificate.

The principal manufacturers who have authorised the job workers to pay excise duty may be required to pay GST directly instead of authorising the job workers. However, when the goods are procured and supplied by job workers after processing, then the same would be treated as supply for levy of GST by job workers. Wherever the principal manufacturers are sending goods to job work units who are not required to be registered under GST regime, such units are to be added as additional place of business in principal's registration certificate. It may be noted that the job work processing on goods sent by the principal would be treated as service for GST purpose. Job workers could choose GST exemption if the value of such services is not exceeding Rs20 lakh per annum.

However, such option may not be feasible as it would break the input tax credit chain. GST payment option could be a better choice as GST would provide seamless credit on goods and services. This would be beneficial even for the principal manufacturers. Therefore, the educating the job workers would be important. There are a few transitional provisions which are applicable for the incomplete transactions and also requirement of declarations to ensure credit on the closing stock.

GST and Exports

In GST regime, duty drawback may lose relevance as there would be seamless credit at each stage of value addition and better transparency. Even if duty drawback is continued to offset the impact of basic customs duty component, which is non-creditable tax, the drawback rate could be very less. This could impact largely, those assesses who are dependent on duty drawbacks for achieving good margin / profit.

Exports would be zero rated supplies under GST with benefit of credits on goods and services procured. The accumulated credits could be claimed as refund within 2 years from specified date. Due to better transparency, refunds could be faster in GST regime. Based on model GST law as updated in November 2016, 90 per cent of the refund would be provisionally

processed after filing of refund application subject to certain conditions. If this is really executed by the Government, then it could solve the cash flow problem for the industry.



WEDNESDAY, 25 JANUARY 2017 16:43

TEXTILE INDUSTRY SEEKS A SPECIAL PACKAGE IN THE BUDGET

After agriculture, the textile industry is the second largest employer in the country contributing about 14 per cent to industrial production and 4 per cent to the GDP. It gives direct employment to around 45 million people. Off late, the industry has gone through a lot of difficulties post demonetization and needs special attention in the budget.

Introduction of the GST, reduction of interest rates in parity with the international money market, tax rationalisation measures and incentives for investments in innovation and infrastructure are few of the many demands by the textile industry for the upcoming budget. It should also address concerns related to skilled workforce, labour law reforms attracting investments in the textile sector and providing a future road map for the textiles and clothing industry, it feels.

The textile industry also feels that corporate income tax needs to be lowered to 28 per cent in the upcoming budget and lower it further to 25 per cent in the coming years as promised by FM. The Rs 6,000 crore package announced in 2016 for textiles and apparel sector was a step in the right direction but the industry needs a lot of reforms for the revival of the growth. A major challenge for the textile industry is that it is highly capital and labour intensive sector and payback period is quite long which is many a times a big constraint for new investment in the sector.

It needs special attention for the success of Make in India, an initiative launched by Government of India under the leadership of the Prime Minister of India. The government should earnestly consider extending TUFs for another five years or so to enable companies to avail maximum benefit.

Exports are another challenge and industry is well below its targets. The textile industry has asked the finance minister to introduce measures which can boost our exports as India has the potential to become one of the biggest exporters in the world.

Textile sector not a ‘sunset industry’

January 17, 2017, Tuesday

FRANKFURT: Contrary to widespread perception in Malaysia’s business circles, the country’s textile sector, a shadow of its past glory due to rising costs and loss of competitive edge, is not a “sunset” industry.

Indeed, the textile industry should be promoted and encouraged to flourish, experts say.

This is the verdict of a number of experts at the just-concluded Heimtextil 2017 trade fair in Frankfurt, the world’s biggest event for home textile industry.

A single Malaysian company, Fernex Sdn Bhd, from Selangor displayed its bedding products mainly pillows amid the huge contingent of exhibitors from other Asian countries such as Singapore, Taiwan, Hong Kong and South Korea, as well as China, India, Pakistan, Bangladesh and Vietnam.

“I don’t think it is a sunset industry,” said Helmut Geisler, a German agent who sources a number of home-textile products from Asia for big German trading houses and department stores, and has a good knowledge of the Southeast Asian market.

“The problem, in my personal view, is that many Malaysian textile companies are probably not aware of this fair or they are deterred by the high costs of participation.

“It’s also one way to make yourself known to international buyers, particularly at a time of recession.

“By participating in a trade fair, you can strengthen your foothold within the market,” he explained.

Slower economic growth has, of course, hit Asian exports while the Brexit issue and uncertainty of the US market under the new Donald Trump administration have added to their anxiety.

German buyers advise Malaysian companies to see the Heimtextil as an eye opener for those wanting to enter a sophisticated market, urging Malaysia’s

textile association and other organisations to send a fact-finding mission to see the event's inherent business potential.

“While many experts expect the slowdown to continue for some time, you have to position yourself in the market when the recovery process starts,” one buyer said.

Olaf Schmidt, vice president (textile fairs and textile technologies) at Messe Frankfurt GmbH, which organises the Heimtextil show, was equally perplexed by Malaysia's low-key presence at the show.

“After all, Heimtextil is the international platform for export contacts.

“If Malaysia's textile industry wants to succeed, it cannot ignore this event despite the global economic crisis which is making companies resort to austerity measures, including job cuts,” he said.

But such austerity measures should not exclude participation in trade fairs,” Schmidt emphasised in an interview with Bernama.

Even as many countries hit by slower growth in some of their traditional markets have had a decline in sales before and during the Christmas season when consumer buying is at its peak, this period in Germany had been “satisfactory”, said Schmidt.

Malaysia's main exports to Germany include electronic and electrical products, electrical machines, printers, machinery parts and components, rubber products and optical lenses.

But Malaysia also has good potential to sell value-added textile products, including technical textiles particularly functional textiles which other equally expensive producing countries such as Taiwan, Singapore and Turkey are doing.

“The Heimtextil is not just a German fair.

It has a large international profile and you meet buyers here from every corner of the world under one roof.

“We also see a growing trend of buyers from Asia, the Middle East and North America coming here to buy and get the latest trends, designs and technology in the textile sector,” said Schmidt, an internationally renowned expert on the global textile industry.

Malaysians, he added, could learn a great deal by observing the trends in textile printing, weaving and designing, and new concepts such as digital printing which was showcased at the show. — Bernama

Le secteur du textile habillement marocain fait sa promotion à Paris

8 février 2017

Le secteur du textile habillement marocain fait sa promotion à Paris, à l'occasion des Salons Première Vision Paris et Apparel Sourcing qui se tiennent du 07 au 09 février dans la capitale française.

Ainsi et à l'initiative de Maroc Export en collaboration avec l'Association marocaine des industries du textile et de l'habillement (AMITH), une vingtaine d'opérateurs-exportateurs marocains prennent part à ces deux événements qui se tiennent dans un marché fortement ciblé par les exportateurs marocains, avec une présence importante notamment des pays qui disposent d'une structure de production dédiée à la distribution en circuit court et limitrophes aux principaux marchés de l'UE comme la Turquie, la Tunisie, le Portugal, les pays des Balkans et ceux de l'Europe de l'Est.

Les deux salons se proposent d'être une réponse concrète aux nouveaux comportements de consommation en matière de mode, notamment par le sourcing de proximité, et ce en vue d'assurer l'approvisionnement continu des marchés, indique Maroc Export, notant que devenus un maillon essentiel de la filière textile-habillement, ces salons constituent une plateforme de référence pour les participants marocains désireux de renforcer leurs exportations sur les principaux marchés cibles et de mettre en évidence les nouveautés, la diversité et la qualité des produits de textile marocains.

Les objectifs de participation à ces deux événements sont de promouvoir une production textile (matières et produits) spécialisée dans le circuit court (actualisation et réassort) avec des atouts considérables notamment une infrastructure moderne et réactive

(autoroutes, port Tanger-med), une proximité au premier marché mondial de la mode et un savoir-faire ancestral.

A noter que lors de la dernière participation marocaine au salon Première vision manufacturing, les entreprises marocaines accompagnées avaient réalisé des commandes fermes de l'ordre de 7 millions de Dhs, des demandes de cotation au nombre de 148 et des demandes d'échantillons de 376.

Quant aux Résultats indicatifs de la participation marocaine au salon Apparel Sourcing, on retient un nombre de contacts de plus de 69, originaires notamment de France, Italie, Argentine, UK, USA et Algérie, ajoute la même source.

En vue de tirer meilleur profit des potentialités du secteur de textile-habillement, et d'y asseoir une croissance pérenne, l'Etat a développé une vision globale, intégrant aussi bien l'export que le marché national, un objectif poursuivi dans le cadre du Plan d'Accélération Industrielle 2014-2020.

Dans le cadre de ce Plan, le secteur du textile et de l'habillement s'est doté de trois premiers écosystèmes: denim, fast fashion et celui des distributeurs industriels des marques marocaines. D'autre part, trois autres nouveaux écosystèmes textiles dans les filières "Maille", "Textile de maison" et "Textile à usage technique" ont été lancés en octobre 2016. De plus, le Maroc a enregistré une performance exceptionnelle sur le plan de l'export textile-habillement en 2016, avec des exportations qui se sont élevées à environ 28 Milliards DH à fin octobre dernier, soit l'équivalent de tout ce qu'avait exporté le Maroc en 2013 et réalise ainsi la troisième meilleure performance du Monde après le Vietnam et le Cambodge.

Cette performance est réalisée grâce aux exportations sur le marché espagnol. A l'inverse des autres grands marchés de l'UE qui ont enregistré des niveaux de consommation négatifs, le marché espagnol se distingue en étant le seul marché à avoir enregistré une augmentation positive de l'ordre de 3,3 pc. Sur ce marché, le Maroc est le second fournisseur après la Turquie.

(MAP)



Le jean marocain s'expose à Munich



KARIM HANDAOUÏ · 30 JANVIER 2017



Le **Maroc** participe au **Salon BLUE ZONE** qui aura lieu à **Munich** du 31 Janvier au 2 Février 2017. Pour la troisième fois, **Maroc Export** organise en concertation avec l'**AMITH** la participation marocaine au **Salon BLUE ZONE**. L'objectif de la participation Marocaine à ce salon, dont le visitorat professionnel est estimé à plus de 20.000, est d'avoir un positionnement fort par la mise en avant du savoir-faire de nos entreprises en matière d'offre globale de **Denim**.

Le challenge de la participation marocaine est d'améliorer et de développer l'offre marocaine qui permettrait un meilleur positionnement sur la carte sourcing des donneurs d'ordre européens.

Il est à rappeler que lors de la dernière participation marocaine à ce salon les entreprises marocaines ont réalisé des commandes estimées à 4,65 millions euros d'articles de **Denim**. Les entreprises participantes ont également fait du networking avec des donneurs d'ordre en provenance de France, Royaume Uni, Allemagne, Espagne, Belgique... On peut noter que le **textile** marocain connaît une embellie à l'export. En effet, d'après l'Association Marocaine des Industries de Textile et d'Habillement (**AMITH**), le chiffre d'affaires arrêté à fin 2016 est de 32 milliards de dirhams (MMDH), en hausse de plus de 7,1% par rapport à l'année 2015.

La participation marocaine ne pouvait mieux tomber. Elle intervient à un moment où le secteur **textile** marocain bénéficie d'une stratégie d'accélération industrielle. Les trois premiers écosystèmes du secteur du **textile** qui concernent les filières du **Denim**, Fast Fashion et des distributeurs industriels de marques nationales ont été lancés le 24 février 2015 par le ministère de l'Industrie, du Commerce, de l'Investissement et de l'Economie Numérique. Initiés dans le cadre du Plan d'accélération industrielle 2014-2020, ils contribueront à créer 44.000 nouveaux emplois d'ici 2020, soit 46% de l'objectif fixé à ces écosystèmes.

Trois autres nouveaux écosystèmes textiles dans les filières « **Maille** », « **Textile de maison** » et « **Textile à usage technique** » ont été lancés en octobre 2016. Les contrats de performance relatifs à ces écosystèmes fixent aux trois filières structurées des objectifs de croissance à horizon 2020 à savoir : La création de 16.763 emplois, la réalisation d'un chiffre d'affaires additionnel de 8,4 milliards de DH dont 2,75 milliards de DH à l'export ainsi que la réalisation de 20 projets d'investissements portés par des locomotives.

Il est à noter que **Maroc Export** accompagnera en 2017 les professionnels du secteur du **textile** à travers plusieurs salons internationaux notamment : le salon « **Blue Zone Munich** » en deux sessions, le salon « Pv Manufacturing » dans différents pays, le salon Apparel Sourcing et le salon « **Denim** » en deux sessions à Barcelone ainsi que plusieurs missions BtoB.

Value added textile defies declining trend in exports

January 25, 2017

More focus needed to catch up export value and volumes (Amanullah Khan)

Pakistan's textile exports stood at US\$1035mn for December 2016, down 1.21% MoM which calls for more focus on value addition as well as finding new markets to promote textile export which is mainstay of Pakistan economy. However the value added segment defied the overall trend by posting a 3.39% MoM increase due to healthy demand because of Christmas but non-value added dragged the overall exports number by posting a 12.12% MoM decrease. Looking ahead, while the new export package worth PRs180billion contains some big positive measures for big players like NML and NCL duty drawbacks, removal of cotton import duty etc, timely release of funds and higher competitiveness exchange rate weakness will be essential to make these incentives effective. Further, broad-based measures to address quality of cotton remain absent for now.

The cotton prices remained strong and it is expected to remain strong in the near term given the current supply-demand gap and rising prices of Indian cotton. It may be noted that the cotton prices are currently trading at PRs6450/maund after 10.5mn bales have reached ginners as of 15-Jan-17 while the total estimated demand of cotton is expected to be of 14.5mn bales. In the value added items, readymade garment led the segment with a 11.88% MoM increase while art, silk & synthetic products stood distant second with 6.81% MoM increase. On the other hand, towels and other materials buckled the trend with 4.84/3.14%, respectively.

How one textile firm survived Chinese competition

Posted: Jan 24, 2017 7:33 PM Updated: Jan 24, 2017 8:03 PM

By Eleni Giokos

JOHANNESBURG (CNNMoney) -- Competition from China decimated South African textiles but one firm has found a way to fight back.

By specializing in high performance fabrics, Gelvenor Textiles survived a brutal industry shakeout and built a business that now exports to 27 countries around the world... including China.

"China hurt our textile industry but we succeeded," said Gelvenor CEO Dicky Coetzee.

South Africa's textile industry employed more than 200,000 people in 2001. That number has since fallen to 80,000.

Gelvenor has thrived where others failed by choosing to compete with global textile giants on quality rather than price, innovating constantly to develop existing fabrics.

"We use the Apple model -- they didn't invest the cellphone but they mastered its use and that's what we do when we innovate," said Coetzee.

The company recently patented what it calls "revolutionary" fabric used to run conveyor belts in the mining sector. It hopes to secure local and international clients. Gelvenor has had most success in the field of aeronautical fabrics -- used to make parachutes and hot air balloons -- ballistic textiles and fire resistant materials.

It was the first company in the world to manufacture low bulk, low volume parachutes and the first to use microfiber parachute yarns. The parachute fabric is "thinner, lighter and stronger," which appeals to sports enthusiasts and the military, Coetzee said.

Gelvenor, based in Hammarsdale near Durban, began life in 1965 manufacturing synthetic fabrics. It now employs 280 people with annual sales of \$28 million -- that's up 50% in five years, according to Coetzee. Its biggest markets are Russia, the United States, Israel, Australia and China. The Middle East was also important but demand collapsed in tandem with oil prices since 2014.

U.S.-based Performance Designs was the biggest buyer of Gelvenor parachute fabric in 2016. The South African firm also supplies Russia's space program.

Don japonais d'équipements pour le centre de formation en habillement de la Goulette

par [African Manager](#) - 27/01/2017 18:29



Le centre sectoriel de formation en habillement de la Goulette (gouvernorat de Tunis) a reçu, vendredi, des équipements pédagogiques modernes, dans le cadre d'un don du gouvernement japonais d'une valeur de plus de 126 millions de dinars.

« Ces équipements apporteront une valeur ajoutée au centre et permettront

aux 250 étudiants de développer leurs compétences et leur créativité », a affirmé à l'agence TAP le directeur du centre, Karim Hannachi.

Pour sa part, Saïda Ounissi, secrétaire d'Etat chargée de la Formation professionnelle et de l'initiative privée, a souligné l'importance de la coopération avec la partie nippone, notamment au niveau technique, appelant, dans ce sens, à renforcer les partenariats entre les deux pays.

L'ambassadeur du Japon en Tunisie, Susumu Hasegawa, a, de son côté, indiqué que le don a pour objectif d'offrir aux étudiants une formation de qualité en intégrant de nouvelles techniques et connaissances dans le stylisme et l'habillement, ajoutant que ces équipements pédagogiques modernes vont faciliter l'intégration professionnelle des diplômés. Il a, également, rappelé que durant la période 2012-2015, des formations techniques dans le domaine du stylisme et de la création au profit des étudiants du centre a été assurée par le Japon.

Créé en 2001, le centre sectoriel de formation en habillement de la Goulette propose aux intéressés une formation dans le domaine du stylisme et l'habillement. Plusieurs spécialités sont enseignées à l'instar du BTP en fabrication des industries et de l'habillement, BTP en modélisme et techniques vestimentaires, BTS en qualicien des industries de l'habillement. Le centre propose aussi un certificat d'aptitude professionnelle des industries de l'habillement.

Tunisie-IDE : Les entreprises françaises opposées à la contribution exceptionnelle de 7,5%

Par : [Moncef Mahroug](#)
24 janvier 2017



Tel un médecin qui prend le pouls d'un patient, la Chambre tuniso-française de commerce et d'industrie (CTFCI) a décidé d'ausculter les entreprises françaises de Tunisie afin de relever leur réaction au choc exogène qu'elles viennent de subir: la contribution conjoncturelle exceptionnelle de 7,5% décrétée dans le cadre de la loi de finances 2017.

De fait, afin de «recueillir le sentiment des entreprises françaises implantées en Tunisie sur les impacts éventuels» de ce nouvel impôt et «dans la perspective de définir une position sur cette question», la CTFCI a adressé trois questions à 240 entreprises à participation française: sont-elles au courant de cette disposition de la loi de finances 2017? L'ont-elles anticipé dans leur budget pour l'année qui vient de commencer? Quels seraient ses impacts sur leur activité en 2017 sur le plan de l'investissement et de la création d'emplois?

Bizarrement, seules 23 entreprises ont répondu au questionnaire. Et de ces réponses, il se dégage, selon la CTFCI, «un sentiment mitigé de surprise, de connaissance des nouvelles dispositions et d'inquiétude des impacts des nouvelles mesures qui risquent pénaliser davantage l'attractivité du site tunisien des affaires et d'éroder la compétitivité des entreprises».

Sur les 23 interrogées, une seule entreprise déclare, en réponse à la première question, ne pas avoir connaissance au préalable de cette disposition (COFITEL). Les autres étaient informées de la nouvelle mesure fiscale et expriment à son sujet «des réserves et quelques regrets». A titre d'exemple, la société Thomas Plastique Tunisie «a estimé qu'il aurait fallu soutenir les entreprises françaises installées en Tunisie qui font face à des difficultés pour maintenir leurs clients et pour investir» au lieu que prendre de nouvelles dispositions «qui altéreront leur compétitivité». Pour ARDIA, c'est le problème de rétroactivité qui pose problème dans la mesure où l'impôt en question concerne l'exercice 2016 payable en 2017.

A la deuxième question, deux entreprises seulement répondent avoir prévu cette mesure dans leur budget 2017. La majorité des entreprises, dont les budgets ont été établis bien avant l'annonce de la mesure, n'ont pas pris en considération son impact. A ARDIA, on affirme que «cette contribution conjoncturelle risque de mettre en doute la crédibilité des filiales tunisiennes du groupe». Pour d'autres, comme Air Liquide ou Stelia, cela rend nécessaire la révision du budget 2017.

Enfin, concernant la troisième question, «la quasi-totalité des réponses évoquent des impacts négatifs sur l'investissement, les opérations d'extension, l'emploi et la compétitivité. Les entreprises qui n'ont pas prévu le coût de cette mesure dans leur budget affirment que «l'application de cette impôt conjoncturelle pourrait se traduire par des coupes dans les investissements, sinon leur report, une réduction au niveau de l'encadrement et des salaires. Ainsi, la société Thomas Plastique évoque des «risques de réduction des investissements et des effectifs en 2017».

Les réponses au questionnaire de la CTFCI ont également fait ressortir «certaine inquiétude (...) au sujet de l'impact de certaines (autres) mesures contenues dans la loi de finances 2017", dont l'article 14 portant révision du barème de l'impôt sur le revenu des personnes physiques", sur la sécurité dans le pays, l'amélioration des performances de l'administration tunisienne, la relance de l'investissement (...) et "les difficultés qui persistent pour attirer de nouveaux clients notamment pour des missions de prospection".

Economie : Le textile/habillement retrouve des couleurs

Par : Abou Sarra

27 janvier 2017



Jean-François Limantour, expert en stratégie de développement international pour les industries du textile et de la mode, estime que le secteur du textile/habillement tunisien a retrouvé des couleurs et le chemin de la croissance même si le marché

européen, principal débouché des textiliens tunisiens, va rester déprimé.

L'expert, qui est également dirigeant d'un cabinet conseil "Texas consulting" et président de deux associations dédiées au renforcement de la coopération sectorielle entre l'Union européenne (UE), l'Asie et la Méditerranée, en l'occurrence Evalliance et Cercle euro-méditerranéen des dirigeants Textile habillement, a ajouté que "les exportations du secteur vers l'Europe ont cru, depuis le mois de septembre dernier, au même rythme que l'ensemble des fournisseurs de l'UE, ce qui est, selon lui, le signe d'une vitalité retrouvée".

Au rayon des perspectives pour 2017, l'expert, qui accordait un entretien à un magazine de la place, pense que "le marché européen va rester déprimé" et que le secteur textile/habillement sera encore en convalescence. Les indices en sont, d'après lui, un recul de la consommation vestimentaire de (-1,4%) en France, (-0,5%) en Grande-Bretagne, (-1,2%) en Allemagne, (-1,4%) en Italie. Seule parmi les grands marchés de la Tunisie, l'Espagne devrait connaître une croissance de +1,7%.

Turkish gov't seizes giant textile company, famous baklava maker

by [TurkeyPurge](#) | Jan 26, 2017 | [Today in Crackdown](#)

As part of an ongoing trend of confiscating private businesses over alleged coup charges, the Turkish government on Thursday appointed trustees to giant textile company Aydınlı Group and one of the largest baklava makers of the country, Güllüoğlu Baklava.

The chief executives of the companies, Ömer Faruk Kavurmacı and Faruk Güllüoğlu, respectively, had been arrested in recent months over Gülen movement links. The government has been accusing the movement of coup plotting and confiscating businesses deemed sympathetic to the movement.

The Aydınlı ready-to-wear retailer is the official representative of brands such as Cacharel, Polo US and Pierre Cardin in Turkey.

As part of a witch-hunt against businessmen, in the month of August alone prosecutors issued arrest warrants for 187 suspects including the CEOs of leading companies, with the İstanbul Chief Prosecutor's Office ordering their assets seized.

The raids had targeted major companies such as the Aydınlı Group, Güllüoğlu Baklava, the Boydak Group and fashion company Eroğlu Holding. The suspects were accused of membership in a terrorist organization and financing the activities of Gülen. As a result of this particular investigation, Kavurmacı and Güllü were arrested in September. Kavurmacı is the son-in-law of İstanbul Mayor Kadir Topbaş.

WEDNESDAY, 25 JANUARY 2017 13:04

IMPACT OF TRUMP'S PRESIDENCY ON US TEXTILE INDUSTRY

"President Donald Trump has vowed to impose tariff of up to 45 per cent on goods from China, slash US corporate tax rate to 15 from 35 per cent and reshape the workforce by bolstering manufacturing sector and imposing stricter immigration rules. These dramatic shifts could have far-reaching and unforeseeable consequences in the global order)."



President Donald Trump has vowed to impose tariff of up to 45 per cent on goods from China, slash US corporate tax rate to 15 from 35 per cent and reshape the workforce by bolstering manufacturing sector and imposing stricter immigration rules. These dramatic shifts could have far-reaching and unforeseeable consequences in the global order.

Taxation conundrum

On the seemingly love-hate group for the newly president, Gary Wassner, CEO & Principal of fashion investment house Interluxe Holdings says is its diversity that makes US great. We must continue to celebrate it. The right to vote and the right to dissent are endemic to our way of life. "We need to embrace one another now and deal with this dangerous world as one nation. I maintain my hope that we will come together as an industry and as a country and create opportunity for everyone."



Alibaba executive chairman Jack Ma during his speech at the 2017 World Economic Forum Annual Meeting in Davos, Switzerland recently had urged people to give Trump a chance. “Give President Donald Trump some time. He has an open mind.”

A lower corporate tax rate would certainly be welcome and could give many ailing companies a big bottom-line boost, but most fashion retailers primarily sell goods made overseas and are subject to tariffs or trade agreements (that could now be renegotiated). The picture is more complex, particularly for companies based in China or those with businesses that depend on warm relations between Beijing and Washington (as Trump moves to bring the US closer to Russia).

There is significant uncertainty on policies of the Trump administration, feels Mariana Kou, Analyst, CLSA. While there maybe some support for domestic consumption, the destocking cycle and the smaller-order size amid a fast-changing retail industry mean that they may not see a pickup at Li & Fung in the next nine to 12 months. Trump’s rather protectionist stance could further hurt Li & Fung’s trading business.

Wilbur Ross, the turnaround specialist who has in the past invested heavily in the textiles industry and is Trump’s pick to head the Commerce Department, trade is an area where the buyer has a lot of leverage. On retaliation to US punitive tariffs, the world’s largest customer is dealing with its vendors,” he said at his Senate confirmation hearing. “I view these other countries with whom we have trade as vendors. While you need to treat the vendors with respect, they must also treat you as their largest

customer both with respect and more importantly, playing by the rules of the road. To the degree they don't, it must be enforcement.”

At a time of great disruption, companies often look to strengthen through M&As, but the landscape needs to be settled enough to get the deal done. In the US, uncertainty surrounding policy decisions the Trump administration will make with respect to key matters such as corporate taxes, tariffs, foreign investment and trade agreements will result in a ‘wait-and-see’ approach to deal-making, as potential acquirers await clarity on policy direction and the impact of such policies both on the acquirers’ businesses and those of potential targets.

26 January 2017

Textile, garment sector finds way to restore

With fierce competition with international rivals, textile and garment sector is seen to face difficulties. It is predicted that many small and medium enterprises will lose its order; accordingly it is likely that the sector will get failure in local and export market. The Vietnam Textile and Apparel Association (VITAS) said, the sector's export turnover reached around US\$28.5 billion in 2016, much lower than expectation of US\$1.5 billion and completing 92 percent of the goal.

VITAS managers explained that there had been downturn in the world; therefore, all nations faced difficulties in expanding market even big countries like India, China whose export turnover reduced compared to 2015.

In addition, Vietnamese textile was in stiff competition with its strong Chinese, Indian, Pakistani and Bangladesh competitors which enjoy their governments' preferential policies.

Despite these difficulties, Minister of Industry and Trade Tran Tuan Anh highly lauded the sector because its current market share in giant markets showed a growth; for instance, its market share in the US increased by 11 percent and also in Japan.

When it comes to 2017, VITAS said that the sector will still face difficulties because of fierce competition and strong competitors will continue attract more order than Vietnam thanks to its government's tariff and foreign exchange preferential policies and political unrest in some countries.

Vinatex added that in 2017, Vietnamese textile and garment sector will not yet take full advantages of EVFTA and TPP which take effect in 2018.

With such prediction, the sector set target of 6.5-7 percent in 2017 or US\$30 billion. As per the Ministry of Industry and Trade, in 2017, in addition to opportunities, the integration will produce challenges for the sector especially for small and medium companies. Local small and medium enterprises can even lose its traditional commodity order which bigger companies especially FDI companies will grasp it. Subsequently, small and medium companies should have long broad and long-term strategies besides the government's support to overcome the rough time.

The state-run Vietnam National Textile And Garment Group (Vinatex)

General director Le Tien Tuong said that his group strives to push up production by 14 percent compared to last year. The group will make the effort to increase export turnover by 11 percent and import turnover by 9 percent. To complete the goal, Vinatex will focus on expanding its markets more especially key markets such as the US, EU, and Japan.

He petitioned that the government should have policies to encourage local enterprises in implementing of higher export processing methods, namely FOB, ODM and OBM. Moreover, the government should have preferential credit policies to purchase Vietnamese materials and for investment of special equipment as well as organizing promotion fair to attract more customers.

Last update 18:44 | 23/01/2017

Foreign enterprises call for less frequent wage increases

Many foreign-invested companies in Vietnam proposed that the government reduce the frequency of minimum wage increases so they would have time to prepare themselves.



Nguyen Chi Thanh, chief financial officer of French company Scavi, said that the company has member companies in many provinces in Vietnam, including Dong Nai, Lam Dong, and Thua Thien Hue, with about 10,000 employees in total, so labour costs will increase remarkably after the new minimum wage comes into effect.

For example, at the plant in Bien Hoa in Dong Nai, as per the new regulation, the company will have to spend an additional VND200 million (\$9,300) on its 1,000 employees' wages.

"So many increases in such a short period of time in recent years have caused difficulties for the company," Thanh said, adding that not only did wages increase, but the company's expenses on social and medical insurance of employees have also been increasing.

AkzoNobel and Bosch Vietnam, though not having as many employees as Scavi, said they also saw a big increase in labour costs.

Thanh said that in recent years, the Vietnamese economy has been growing at less than 10 per cent per annum and decelerating, yet the minimum wage has been rising at more than 10

per cent a year. He said that these tendencies are unreasonable and make it difficult for companies, especially small and medium-sized ones.

“Small and medium-sized companies make up most of the Vietnamese business environment. There should be more time between consecutive increases, giving enough time for companies to adjust,” Thanh said.

Thanh also noted that Scavi sent a document to Vietnam Textile & Apparel Association, which is gathering opinions from companies in the sector to make a proposal to the government about widening the gap between minimum wage increases.

“Textile and garment companies in Vietnam have to spend a bigger percentage of their earnings on insurance and other fees than in rival textile and garment producing countries. Without support, including widening the gap, Vietnamese textile and garment companies will find it hard to compete internationally,” he added.

A representative of the Japan Business Association in Vietnam commented that the annual minimum wage increase should also be based on the expected economic growth for that year, adding that too large an increase would restrict companies from hiring.

Thanh said that the Vietnamese textile and garment industry saw growth in the past years but has been constantly underachieving expectations.

“Growth used to be 14-15 per cent a year, but now it is only one third of that,” Thanh said. “In this context, companies need more support to increase competitiveness. There should be careful consideration before each minimum wage increase.”



Vietnamese Factories Hum at Full Capacity Despite Trump Snub

by Bruce Einhorn and Mai Ngoc Chau

24 janvier 2017 à 13:01 UTC+1 25 janvier 2017 à 04:17 UTC+1

Vietnamese clothing maker NhaBe Garment Corp. had a lot riding on the Trans-Pacific Partnership. The supplier to brands such as Calvin Klein, Michael Kors and Kenneth Cole has seen its exports more than doubled since 2011 to \$729 million last year -- and it increased its factories two-fold to 35, betting on a big drop in tariffs from Vietnam's membership in the 12-nation trade pact.

With a pen stroke, President Donald Trump killed the ambitious trade agreement, a deal that promised to deliver an estimated 8 percent boost to Vietnam's gross domestic product by 2030, according to the World Bank. Yet that hasn't dented enthusiasm among multinationals for the communist country, which was on track to be the top exporter of goods to the U.S. last year among the Association of Southeast Asian Nations.

"We have filled all the factories," said NhaBe managing director Michael Laskau in charge of order, design and manufacturing. "I don't expect our customers to leave us." Trump's incendiary trade rhetoric directed at China and his threat to impose 45 percent tariffs on Made-in-China products remains a powerful incentive for companies to shift manufacturing to other countries, with Vietnam emerging as a strong contender.



While TPP's demise takes some of the shine off Vietnam, the country's young and low-cost workforce are magnets for international investors.

"Vietnam will continue to attract foreign direct investment in labor intensive firms as well as those that want to capture the burgeoning domestic market," said Trinh Nguyen, a senior economist at Natixis SA in Hong Kong.

Vietnam plans to continue its reform process and will fulfill trade agreement commitments, Ministry of Foreign Affairs spokesman Le Hai Binh said in a statement late Tuesday. The country has been enjoying a foreign investor-led economic boom for years as it transformed from mainly an exporter of agricultural commodities, such as rice and coffee, to a Southeast Asian manufacturing hub.

Tainan Spinning Co., a textile company based in Taiwan that employs 4,500 workers in Vietnam, said in an e-mailed statement that the demise of TPP won't affect its plans there. "Given the company's strength and commitment, Tainan Spinning is considering further expansion in Vietnam in the second half this year," it said.

China Bashing

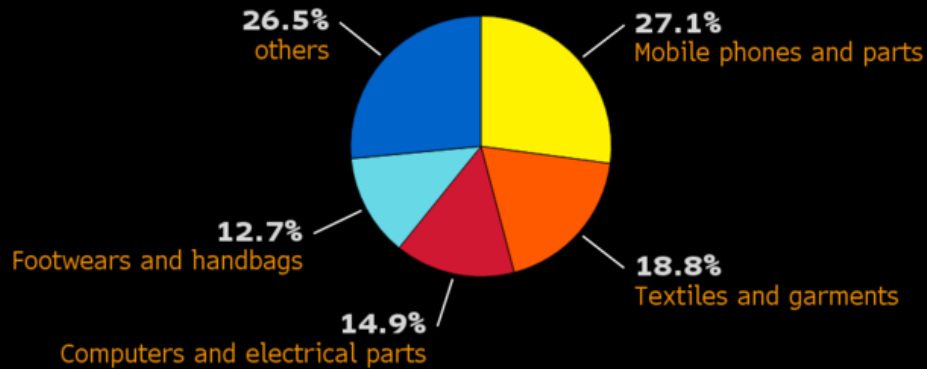
Few China alternatives can match Vietnam's low wages that are about a third of its northern neighbor as well as good access to ports, said Joseph Incalcaterra, Asia economist with HSBC Holdings Plc in Hong Kong. "Vietnam still looks quite good," he said.

Companies that may need to look for China alternatives include Yue Yuen Industrial Holdings, a major supplier of shoes to brands including Adidas AG and Nike Inc., according to Bloomberg Intelligence analyst Catherine Lim. Yue Yuen and textile maker Shenzhou International Group Holdings "may shift production to factories in countries such as Vietnam and Indonesia to mitigate the impact on customers" of U.S. penalties against Chinese imports, Lim wrote in a Dec. 14 report.

Yue Yuen relies on Vietnam for more than 40 percent of its production, according to a spokeswoman, thanks to its low salary costs, local government support and a skilled workforce. "We don't expect any material impact from TPP on our decision of Vietnam production line," the spokeswoman said.

The China Alternative

Vietnam exported \$177 billion of goods globally in 2016



Source: Vietnam Customs Department
NOTE: Data is for full-year 2016

Bloomberg

There's no question that TPP would have been a big win for Vietnam. Vietnam's exports to the U.S. climbed 15 percent to \$38.5 billion last year, according to Vietnam Customs. Textiles and garments account for almost 19 percent of Vietnam's exports.

The TPP would have eliminated the 17 percent tariff on U.S. imports of garments from Vietnam, Nguyen Xuan Huy, an analyst with CIMB Securities Vietnam, wrote in a report published Monday. The TPP would have given Vietnam-based garment makers "a major advantage in exporting their products to the U.S.," he wrote. Without the trade deal, "that advantage has evaporated."

Also, as Nguyen with Natixis pointed out, "Vietnam still does not have a free trade agreement with the US -- a very important trade partner and the largest economy in the world." TPP would have reduced tariffs in Vietnam's key footwear and garment industries.

U.S. companies in Vietnam were disappointed by Trump's move. "The President's action to withdraw from the TPP is bad news for American and Vietnamese companies, investors, workers, farmers and consumers," Adam Sitkoff, executive director of the American Chamber of Commerce in Hanoi, said in an e-mailed statement.

FDI Boom

Still, there are signs that Vietnam has already made the transition to the post-TPP era. Last year, despite the announcements by Trump and

Democratic rivals Hillary Clinton and Bernie Sanders against the trade deal, Vietnam continued to attract foreign direct investment in record numbers.

The country's FDI hit a record last year, growing 9 percent to an estimated \$15.8 billion. Manufacturing and processing accounted for the bulk of pledged foreign investment, led by two Korean projects: a \$1.5 billion investment by LG Display Co. and a \$550 million investment by LG Innotek Co.

The impact of U.S. withdrawal from the TPP on LG Display's operations will be limited, the company said in an e-mailed statement on Wednesday. The decision to invest in Vietnam "was not purely based on a tariff benefit issue," the company said. "Therefore, there will not be much change in our decision on investment in Vietnam or on our business strategy there."

As part of the TPP negotiations, Vietnam's government agreed to accelerate reforms to state-owned enterprises. While the TPP is unlikely to proceed without the U.S., the government isn't going to retreat from those investor-friendly reforms, according to Vu Tu Thanh, chief Vietnam representative of the U.S.-Asean Business Council. That should help Vietnam and other Southeast Asian countries avoid suffering from a post-TPP investment letdown, he said.

"I don't think investment in the U.S. will come at the expense of Asean," he said. "There is enough money out there sloshing around."

VN textile, garment sector finds new way increase export turnover

YarnsandFibers News Bureau, 2017-01-23 14:00:00 - Hanoi



The state-run Vietnam National Textile And Garment Group (Vinatex) General director Le Tien Tuong said that the group strives to push up production by 14 percent compared to last year. The group will make the effort to increase export turnover by 11 percent and import turnover by 9 percent. To complete the goal, Vinatex will focus on expanding its markets more especially key markets such as the US, EU, and Japan.

When it comes to 2017, VITAS said that the sector will still face difficulties because of fierce competition and strong competitors will continue attract more order than Vietnam thanks to its government's tariff and foreign exchange preferential policies and political unrest in some countries. Vinatex added that in 2017, Vietnamese textile and garment sector will not yet take full advantages of EVFTA and TPP which take effect in 2018.

With such prediction, the sector set target of 6.5-7 percent in 2017 or US\$30 billion.

As per the Ministry of Industry and Trade, in 2017, in addition to opportunities, the integration will produce challenges for the sector especially for small and medium companies. Local small and medium enterprises can even lose its traditional commodity order which bigger companies especially FDI companies will grasp it. Subsequently, small and medium companies should have long broad and long-term strategies besides the government's support to overcome the rough time.

He petitioned that the government should have policies to encourage local enterprises in implementing of higher export processing methods, namely FOB, ODM and OBM. Moreover, the government should have preferential credit policies to purchase Vietnamese materials and for investment of special equipment as well as organizing promotion fair to attract more customers.

The Vietnam's textile and garment sector's export turnover reached around US\$28.5 billion in 2016, completing 92 percent of the goal. The Vietnam Textile and Apparel Association (VITAS) said that there had been downturn in the world; therefore, all nations faced difficulties in expanding market even big countries like India, China whose export turnover reduced compared to 2015.

Minister of Industry and Trade Tran Tuan Anh highly lauded the sector because despite difficulties faced, its current market share in giant markets showed a growth; for instance, its market share in the US increased by 11 percent and also in Japan.

Vietnamese textile was in stiff competition with its strong Chinese, Indian, Pakistani and Bangladesh competitors which enjoy their governments' preferential policies.



Vietnamese firms thrive as TPP dies

CHINA ALTERNATIVE: A threat by Trump to impose 45 percent tariffs on goods made in China has provided firms with a strong reason to move production elsewhere

Bloomberg



People walk past street market stalls selling household decorations ahead of the Lunar New Year holiday in Hanoi, Vietnam, yesterday.

Photo: Bloomberg

Vietnamese clothing maker NhaBe Garment Corp had a lot riding on the Trans-Pacific Partnership (TPP).

The supplier to brands such as Calvin Klein, Michael Kors and Kenneth Cole has seen its exports more than double since 2011 to US\$729 million last year — and it increased its factories two-fold to 35, betting on a big drop in tariffs from Vietnam's membership in the 12-nation trade pact.

With a pen stroke, US President Donald Trump killed the ambitious trade agreement, a deal that promised to deliver an estimated 8 percent boost to Vietnam's GDP by 2030, according to the World Bank.

Yet, that has not dented enthusiasm among multinationals for the communist country, which was on track to be the top exporter of goods from ASEAN to the US last year.

“We have filled all the factories,” said Michael Laskau, NhaBe managing director in charge of order, design and manufacturing. “I don’t expect our customers to leave us.”

Trump’s incendiary trade rhetoric directed at China and his threat to impose 45 percent tariffs on Chinese-made products remains a powerful incentive for companies to shift manufacturing to other countries, with Vietnam emerging as a strong contender.

While the TPP’s demise takes some of the shine off Vietnam, the country’s young and low-cost workforce are magnets for international investors.

“Vietnam will continue to attract foreign direct investment in labor intensive firms, as well as those that want to capture the burgeoning domestic market,” Natixis SA Hong Kong-based senior economist Trinh Nguyen said.

Vietnam plans to continue its reform process and will fulfill trade agreement commitments, Vietnamese Ministry of Foreign Affairs spokesman Le Hai Binh said in a statement late on Tuesday.

The country has been enjoying a foreign investor-led economic boom for years as it transformed from mainly an exporter of agricultural commodities, such as rice and coffee, to a Southeast Asian manufacturing hub.

Tainan Spinning Co (台南紡織), a textile company based in Taiwan that employs 4,500 workers in Vietnam, said in an e-mailed statement that the demise of the TPP would not affect its plans there.

“Given the company’s strength and commitment, Tainan Spinning is considering further expansion in Vietnam in the second half this year,” it said.

Few China alternatives can match Vietnam’s low wages, which are about one-third of its northern neighbor, as well as good access to ports, HSBC Holdings Plc Hong Kong-based Asia economist Joseph Incalcaterra said. “Vietnam still looks quite good.”

Companies that might need to look for China alternatives include Yue Yuen Industrial (Holdings) Ltd (裕元工業), a major supplier of shoes to companies including Adidas AG and Nike Inc, Bloomberg Intelligence analyst Catherine Lim said.

Yue Yuen and textile maker Shenzhou International Group Holdings (申洲國際集團控股有限公司) “may shift production to factories in countries such as Vietnam and Indonesia to mitigate the impact on customers” of US penalties against Chinese imports, Lim wrote in a report on Dec. 14 last year.

Yue Yuen relies on Vietnam for more than 40 percent of its production, thanks to its low salary costs, local government support and a skilled workforce, a company spokeswoman said.

“We don’t expect any material impact from TPP on our decision of a Vietnam production line,” she said.