

	<b>Bangladesh, India : modern slavery risk surges for RMG workers with Covid-19</b>	<b>1</b>
	<b>Bangladesh : Dhaka yet to take call on EU proposal for jobless workers</b>	<b>3</b>
	<b>Bangladesh : violence, harassment key reasons for quitting RMG jobs</b>	<b>5</b>
	<b>Bangladesh : govt plans handouts for the laid-off</b>	<b>9</b>
	<b>Bangladesh : luxury apparels potential in textile export</b>	<b>14</b>
	<b>Bangladesh : apparel leads export recovery</b>	<b>16</b>
	<b>Bangladesh : Covid-19 affected livelihoods of 82pc RMG workers</b>	<b>21</b>
	<b>Cambodia, Myanmar,...garment industry expected to be a coronavirus casualty</b>	<b>28</b>
	<b>Cambodia needs to step up its game</b>	<b>31</b>
	<b>Cambodia : minimum wage talks set to roll</b>	<b>33</b>
	<b>China : how the pandemic has changed China's fashion industry</b>	<b>35</b>
	<b>China : how rail from Italy to China became the ideal mode for fashion</b>	<b>37</b>
	<b>China : U.S. considering action on Chinese textiles and apparel</b>	<b>39</b>
	<b>Chine : les importations de coton en Chine ont chuté de 26 % en 2019/2020</b>	<b>41</b>
	<b>France : le groupe Kidiliz (ex. Zannier) placé en redressement judiciaire</b>	<b>43</b>
	<b>France : « nous sommes au secteur textile ce que Leclerc est à la distribution »</b>	<b>44</b>
	<b>France : l'ancien patron d'Auchan veut ramener Camaïeu à l'équilibre dès 2022</b>	<b>48</b>
	<b>France : Fashion on Demand by Lectra séduit les plus grands noms de la mode</b>	<b>51</b>
	<b>France : -25 % d'exportations textiles au premier semestre</b>	<b>54</b>
	<b>France : les avis Internet risquent de modifier la relation franchiseur-franchisé</b>	<b>57</b>
	<b>France : le textile français veut créer 10.000 emplois par an</b>	<b>60</b>
	<b>France : interview de Marc Pradal, dirigeant de Kiplay et Président de l'UFIMH</b>	<b>62</b>
	<b>France : les effets (très) limités du recyclage des textiles</b>	<b>68</b>
	<b>France : des t-shirts en coton recyclé, une première en Europe</b>	<b>75</b>
	<b>India : brands shifting apparel sourcing to India</b>	<b>76</b>
	<b>India and Japan approve MoU for good quality textiles</b>	<b>78</b>
	<b>Indonesia : Covid-19 aggravates outdated Indonesian textile industry</b>	<b>79</b>
	<b>Italy : Ready-to-Show-Virtual 3D Expo to help trade navigate in Covid19 era</b>	<b>81</b>
	<b>Maroc : 70 % du secteur textile n'ont pas bénéficié de « Damane Relance »</b>	<b>83</b>
	<b>Maroc : le patronat demande un délai de 6 mois pour la hausse du smic</b>	<b>85</b>
	<b>Maroc : les franchisés « redressés » sur les royalties</b>	<b>87</b>
	<b>Pakistan : top Pak official assures tariff rationalisation</b>	<b>91</b>
	<b>Sri Lanka : President wants Eravur in 2021 budget</b>	<b>92</b>
	<b>Sri Lanka : strategic help from Germany to win more European buyers</b>	<b>94</b>
	<b>Sri Lanka : govt mulls import tax revisions on cloth imports</b>	<b>96</b>
	<b>Sri Lanka : measures to recruit 10,000 new employees to manufacture textiles</b>	<b>98</b>
	<b>Tunisie-Canada : un coton du futur pour les chaussettes et les masques</b>	<b>99</b>
	<b>Tunisie : l'habillement quitte le Top 10 des principaux fournisseurs de l'UE</b>	<b>101</b>
	<b>UE : importations d'habillement : le Myanmar progresse, la Chine résiste,...</b>	<b>103</b>
	<b>UK/Ireland : Primark owner ABF Q4 trading exceeds expectations</b>	<b>105</b>
	<b>US jeans imports down 35%</b>	<b>107</b>

	<b>USA : apparel groups expect administration blocking order on Chinese imports</b>	<b>109</b>
	<b>USA : researchers recycle wool into smart textile that remembers its shape</b>	<b>112</b>
	<b>Vietnam's textile-garment exports dip by 12.1% in Jan-Jul</b>	<b>115</b>
	<b>Vietnam removes quarantine measures for foreign experts entering the country</b>	<b>117</b>
	<b>Vietnam textile and garment trying to expand market share in EU</b>	<b>118</b>
	<b>Vietnam : textile firms survive on weekly orders</b>	<b>120</b>



## Modern slavery risk surges for Bangladesh, India RMG workers with Covid-19

Published at 05:07 pm September 4th, 2020



File photo Syed Zakir Hossain/Dhaka Tribune

About 60 million people work in Asia's garment industry and falling sales have put many jobs at risk

The risk of modern slavery in Asian manufacturing hubs has surged and is set to worsen with the economic impact of the new coronavirus, increased labour rights violations and poor law enforcement, a global index found on Friday.

For the first time, India and Bangladesh were in the "extreme risk" category, joining China and Myanmar in a group of 32 countries with the worst risk of slave labour, the Modern Slavery index by risk analytics company Verisk Maplecroft found.

The risks faced by workers in Cambodia and Vietnam also rose to their highest in four years, taking 32nd and 35th places in the ranking of 198 countries which identified North Korea, Yemen and Syria as the three worst nations for slave labour.

"What makes the situation even more alarming is that modern slavery risks are set to intensify as countries grapple with the economic fallout of the pandemic," said Sofia Nazalya, a human rights Analyst at Verisk Maplecroft.

"As more workers are pushed into the informal sector, they will be at greater risk of facing more exploitative forms of work, some of which could amount to forced labour conditions," she told the Thomson Reuters Foundation in emailed comments.

Asian garment workers supplying global fashion brands lost up to \$5.8 billion in wages from March to May, the Clean Clothes Campaign pressure group said last month, as the Covid-19 pandemic led to store closures and cancelled orders.

About 60 million people work in Asia's garment industry and falling sales have put many jobs at risk. Laid-off workers are likely to turn to exploitative jobs or may put their children to work to cope with the loss of earnings, industry experts say.

"Even in the same jobs, the conditions have become more exploitative," said Apoorva Kaiwar, Regional Secretary for South Asia at IndustriALL Global Union, a federation that represents workers in 140 countries.

"Our affiliates have reported wage cuts in existing jobs as well as removal of facilities such as transport and canteen with subsidised food. For those who have lost jobs, they are unable to find jobs with comparable wages and benefits."

Travel restrictions and measures to reduce the spread of Covid-19 have made it harder for companies to carry out audits to ensure ethical working practices in their supply chains, said the slavery index, which aims to help businesses identify risk.

"The reputational risk to brands from association with modern slavery is ... now higher than at any other time over recent years," said Nazalya.

## Dhaka yet to take call on EU proposal for jobless workers

**07**

Sep '20



Pic: Shutterstock

Bangladesh has failed to arrive at a decision on a European Union (EU) proposal to offer incentives for jobless garment factory workers in the country three months after receiving it because of unavailability of a list of laid-off workers, a proper work plan, ambiguity over criteria for jobless workers and a consensus among the factory owners.

The government's economic relations division (ERD) and the owners say they are mulling over sitting with officials of the EU embassy in Dhaka soon to determine who will get the incentives and how.

After Bangladeshi exporters approached the EU with a request not to cancel orders and force the buyers to purchase products, the latter proposed the incentive plan for jobless workers following several rounds of discussions.

The bloc wanted to give a total of €117 million, including a €20-million contribution from Germany, a news agency reported quoting an official at the ERD' European division. Discussions were held as to who will get the help and how much, he said.

Readymade garments sector entrepreneurs say the proposal got stuck due to complexities, primarily over definition of jobless workers and determining the number of such workers.

The EU money could be used to help the workers of the factories that want an exit route due to a financial crunch, according to the Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA).

BGMEA president Rubana Haq said the EU incentives will come in handy if the authorities use the money for food, medicine or hospital for the workers instead of supplementing pay. If the complexities persist, the entrepreneurs will make this proposal to the EU, she added.



## Violence, harassment key reasons for quitting RMG jobs: Study

MONIRA MUNNI | Published: September 09, 2020 10:26:54 |  
Updated: September 09, 2020 14:06:34



Reuters file photo

Violence and harassment are major factors in men and women workers leaving their jobs while pregnancy is a leading reason for women in the country's readymade garment industry, according to a latest ILO and UN Women joint report.

Workers change jobs within the RMG sector fairly frequently, largely to access better salaries and working conditions. Men tend to change jobs more than women workers, it also revealed.



Other findings included most of the female workers in the RMG sector are concentrated in low-paid jobs and the participation of women in managerial positions has not improved in the sector.

The recently published study 'Understanding the Gender Composition and Experience of Ready-Made Garment (RMG) Workers in Bangladesh,' was jointly conducted by the International Labour Organization (ILO) and UN Women.

It was commissioned in 2017, while the field data collection was undertaken in 2018.

It found that sixty per cent of both men and women workers surveyed experienced repeated insults and shouting from their supervisors or line managers.

About 25 per cent of the surveyed workers cited violence, and harassment at the workplaces as main reasons for leaving jobs in RMG sector.

And 26.5 per cent reported work stress, 8.9 per cent attributed workplace injuries/ occupational diseases and 5.1 per cent for consequences of worker movements.

"Pregnant workers face severe challenges, and are often pressured into quitting their jobs," it said.

"The average expected age of RMG worker is 36.4," the report said, adding that longer working hours, no job security, owners' unwillingness to hire older workers and negative effects on health are other reasons for leaving the RMG sector before reaching the regular age of retirement.

Over 70 per cent of all workers surveyed by the study were 29 years old or younger.

"The study's focus group discussions highlighted that work in the RMG sector is extremely physically stressful. As such, most women workers do not want to continue working in the sector until they reach the regular age of retirement."

The report also found that the jobs of 97.1 per cent of women workers are concentrated in low wage grade compared to 80.8 per cent of men.

There are seven wage grades in the production section in the RMG sector and grade 1 is the highest paid, and grade 7 the lowest.



There were more men than women in higher level positions (grades 1 and 2) in the production section, and far more women than men in lower level positions (grades 3 to 7).

"While 83.8 per cent of women workers surveyed are employed in grades 4 to 7, this is true for only 67.7 per cent of male workers," the report said.

It also showed that the lower representation of women in managerial and leadership positions and identified no improvements in enhancing women's representation in managerial and leadership positions in the RMG sector in the past decade.

Citing a report of Better Work, the ILO said that men held 95 per cent of line supervisor positions.

The perceptions of women and men respondents shed light on gender-based stereotypes, discrimination and norms that affect workers' leadership roles, the report said.

About 67.7 per cent and 51.4 per cent women and men respectively highlighted intense workload, 40 per cent suggested that women do not feel qualified for these roles.

More than 80 per cent surveyed respondents believe that 'men can work faster' than women, and men's 'output is greater' than that of women.

Besides, 68.2 per cent pointed out that men can work at night, while a greater proportion of male respondents noted that men do not face security problems when working or returning home late.

The report also revealed that the proportion of women workers in surveyed RMG enterprises declined between 2010 and 2018.

The data collected by the study from 260 enterprises revealed that women accounted for 60.5 per cent of their workers in 2018, a decline from 63.4 per cent in 2010

The report further revealed that most RMG workers are satisfied with their current employers and jobs. Women workers report higher levels of satisfaction than men.

Factors underlying job satisfaction include the timely payment of salaries and overtime, particularly among women workers. Other frequently cited reasons are also financial, including a festival bonus, regular weekly leave, the payment of minimum wages, and a regular attendance bonus.

When asked, Fazlul Haque, former president of Bangladesh Knitwear Manufacturers and Exporters Association, disagreed with some of the findings including pregnancy, violence and harassment as major reasons for leaving RMG jobs.

He said there are laws while buyers are strictly monitoring the issues.

Regarding women workers' low presence in higher grade, he attributed required education, mental readiness and negative perception about the industry.

When asked, Nazma Akter, a labour leader, said pregnant women face a number of difficulties in workplaces while many of them are forced to resign.

SIX MONTHS WITH CORONAVIRUS WHERE THE ECONOMY STANDS NOW

## Govt plans handouts for the laid-off

*Terminated and insolvent garment, leather workers to get Tk 3,000 a month for 3 months*



Many workers who lost their jobs have been languishing in poverty as the pandemic has curbed alternative employment opportunities. Photo: Star/file

**Rejaul Karim Byron, Refayet Ullah Mirdha and Md Fazlur Rahman**

A ray of hope has emerged for the laid-off, disabled and insolvent workers of export-oriented garment, leather and footwear manufacturing factories as the government has initiated a scheme to extend financial support to them.

The government would pay Tk 3,000 per month to a worker for three months under the scheme, backed by the European Union and Germany, who together paid €113 million.

The labour department has prepared an implementation guideline for the social safety net programme.

Laid-off, disabled and insolvent workers of factories which are members of four platforms would be eligible.

The four are the Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA), the Bangladesh Knitwear Manufacturers and Exporters Association (BKMEA), the Leathergoods and Footwear Manufacturers & Exporters Association of Bangladesh (LFMEAB) and the Bangladesh Finished Leather, Leathergoods and Footwear Exporters' Association (BFLLEA).

## THE SCHEME AT A GLANCE

- Each beneficiary to get Tk **3,000** per month for **3** months
- EU and Germany to provide **113m** euros in grant
- Funds to be transferred to beneficiaries' bank/ mobile accounts
- Govt to bear cash-out charges, if needed
- **10**-member committee to monitor implementation
- Scheme to run in FY21 and FY22

The finance ministry has sent a proposal to the Prime Minister's Office seeking permission for the scheme.

Bangladesh's export sector came under pressure because of the pandemic-induced economic disruptions in the major export markets such as the EU and the US. As a result, several export-oriented factories in the two sectors were forced to announce temporary layoffs and put production on hold or reduce production, affecting both owners and workers.



The affected workers have received compensation under the labour laws. Still, they have been languishing in poverty as the pandemic has persisted and the scope for alternative employment opportunities has been squeezed, the labour ministry guideline.

It said some temporary workers did not get the compensation as they do not meet the conditions. Besides, there is a group of workers who have become physically disabled because of workplace accidents or women workers could not return to work after giving birth.

"As a result, the income-generation capacity has narrowed and the workers are facing economic hardships."

"So, the government has initiated a move to roll out a social protection scheme to provide emergency humanitarian support for the two important sectors," said the implementation guideline.

The EU and Germany have agreed to provide €113 million in grant to implement the scheme. The government would allocate a budget in favour of the scheme.

The labour department would implement the scheme. But it would be implemented through active participation of the owners.

The initiative would be implemented under the guideline in the current and the next fiscal years. Md Saiful Islam, president of the LFMEAB, said it was a good move as many workers had lost jobs.

"If the real retrenched workers get Tk 3,000 per month at least for six months, they will be able to cope up with the adverse impacts."

Nazma Akter, president of Sammilito Garment Sramik Federation, a platform for workers, said the workers would be benefited.

"The workers who have not received salaries in June, July and August are really in trouble."

"It is good that the welfare of the workers is being looked into. We hope it would be implemented properly," said Hossain Zillur Rahman, executive chairman of the Power and Participation Research Centre.

The economist said surveys showed that the government's social protection schemes were mostly giving attention to formal sector workers. But 87 per cent of the country's workforce lies outside the formal sector.

"The thinking about the informal sector workers is still weak. Now, there should be vigorous policy thinking about the informal sector."

The informal sector is no longer a sea of unknown workers. There are specific occupations where workers can be identified, according to Rahman.

"We have to address the informal sector. Otherwise, there would be inequality within the working group."

Tanvir A Mishuk, managing director of Nagad, a digital financial service arm of the postal division, said this was a timely initiative and the right approach to stand beside the employees who have already lost their jobs.

It is already proven that mobile financial services (MFS) are the trusted players to disburse the government's funds that can ensure full transparency, he said.

"And I am quite sure that only through MFS platforms, the right person can get the support and no other channels can offer this type of cost-efficient service maintaining high transparency."

The director-general of the labour department would lead an eight-member implementation committee.

It will include the additional director-general of the labour department, the additional inspector general of the Department of Inspection for Factories and Establishments and the chief accounts and finance officer of the labour ministry.

Representatives of the BGMEA, the BKMEA, LFMEAB and BFLLFEA and the EU will also be there.

A 10-member committee led by the labour secretary would monitor and evaluate the scheme.

The factories under the four associations would prepare a primary list of the affected workers and bring relevant information under a management information system (MIS).

The information includes names of the workers, their addresses, national identification numbers, bank or mobile financial service account numbers and mobile phone numbers.

The factories would send the data to the associations. The association would forward the list to the labour department.

The labour department would verify the data and place it at a meeting of the implementation committee.

The list recommended by the implementation committee would be approved by the director-general of the labour department. A bill would be submitted to the Chief Accounts and Finance Office.

The chief accounts office would send the electronic payment transfer to the central bank, which would transfer the cash to the banking or MFS accounts of the beneficiaries.

Workers who were employed until February this year would be eligible for the support. Besides, the workers who tested positive for Covid-19, are suffering from other diseases or are unable to work are also eligible.

The finance ministry would scrutinise the list the same way it did in case of distributing the government's support for 50 lakh families which were affected by the pandemic.

The government has distributed cash support among 35 lakh beneficiaries.

Nagad distributed Tk 324.47 crore among 12.9 lakh beneficiaries. Bkash channelled Tk 233.99 crore among 9.3 lakh beneficiaries, Rocket Tk 177.44 crore among 7.05 lakh recipients and SureCash Tk 120.79 crore among 4.8 lakh beneficiaries.

On the eve of Bangladesh embarking on a countrywide shutdown on March 26, the government announced a Tk 5,000-crore special package to pay the wages and allowances of export-oriented industries' workers for three months starting from April.

As the fund was later found to be inadequate, the government released another Tk 2,500 crore from the bailout package rolled out for the large industries affected by the pandemic.

# Luxury Apparels Potential In Textile Export

Thursday, September 10, 2020

Dr. Tanvir Abir :

For more than 40 years, Bangladesh has steadily been building a progress in the arena of exports of apparel items in the Western markets. The country is considered as an emerging economy based on garments being exported as the most viable Bangladeshi products with a huge demand in the world market. Thus, Bangladesh has been crowned as the world's second-largest supplier of garments products following China. Vietnam and India have been the closest competitors to achieving unprecedented success in this area. Meanwhile, Vietnam has improved and increased its productivity by applying new technologies with almost 15 years of export experience. However, Bangladesh has produced only basic commodities of garments manufacturing in recent years, due to lack of technology and minimal efficiency, which is deemed a huge disadvantage for Bangladesh's economy and export efficiency.

There's an overwhelming demand for trendy or readymade luxury products in the world market. For several brands, the luxury retail industry is a multi-million-dollar annual driver of income, which tends to play a major role in the global economy. Luxury fashion is viewed as France's fourth main source of profits. It also has tremendous impacts on different countries' economies like India and China. By 2025, luxury apparel sales will rise to USD 130 billion.

Non branded luxury garments is considered as unique, pale and exclusive in a retail industry. Luxury brands are known as exclusive destinations that have special needs. Luxury apparel fits a lifestyle and certain services, such as satisfying emotional needs. It also plays a pivotal role in creating customer-sensitive relations and delivering economic benefits to the developing countries. Whether people are wealthy or not, luxury brands have a direct and indirect impact on the level of their thought and behavior. In the luxury goods industry, which has a large number of customers in the global market, the highest quality components, raw materials and craftsmanship are used. Luxury fashion plays a particular role in the social and economic structure, and has a significant influence on the economy.

Simple but a question to mention -- does a country like Bangladesh, which is currently the second largest garment manufacturer in the world, aspire to be a partner in this huge income? Bangladesh has become a reliable alternative for global brands to produce low cost but equitable products. Our country has an attractive environment for mass production of garments made by retail brands.



Production of luxurious fashion can bring a lot of success in Bangladesh. This will not only bring innumerable economic benefits to the country but also enhance the skills, reputation and quality of the garment workers. At present most of the consumers are looking for luxury products at reasonable prices. So Bangladesh can produce luxury products at a fair price by utilizing its large labor force and providing continuous production. Another advantage of Bangladesh is that we have highly skilled manpower who can apply their knowledge they have acquired to enhance the mass production of any luxurious fashion in the existing readymade garments industry. Bangladesh has a lot of expertise in selling products, so can apply some sales strategies in the field of luxury fashion as well. Premium brands in this country have the ability to retain luxury apparel business in the global apparel market.

Why should luxury goods making have a potential in Bangladesh? The apparel buyers in the world market are no longer interested in buying substandard products. Fashion icons of the world brands are now moving towards sustainable fashion. Therefore, there is potential for a lot of income from the luxury market that Bangladesh can harness.

Due to the ongoing economic downturn, buyers in the global apparel markets are being forced to afford fewer garments and choose to purchase quality affordable products. Therefore, the major garments producing countries should make advantage from the situation in no time. Bangladesh has already developed its footprint in the Western fashion market, which is an advantage for harnessing further benefit. Some world renowned Bangladeshi companies have particular niches that can carry on their luxurious or quality goods quickly to make further opportunity in the existing capacity. In addition to being familiar with the traditional production processes, innovative thinking is an urgent demand now for manufacturing luxury items. However, it will be possible for Bangladesh to produce apparel complement to the luxury market overseas. It also creates an opportunity for the country to get huge investment in this newly emerging RMG demands. Luxury customers need a "brandname" factor based on being aware of their needs and preferences and understanding their own style of choice. So there is no reason to worry about any other brand seemingly emerging, though, branding of luxury products is very important. Branding starts with the customer and ends with the consumer. The concerned authorities and collaborators should take necessary steps in the light of the above matters for the greater interest of our ready made garments industry.

(Dr. Tanvir is an Academic and Researcher)

## Apparel leads export recovery



**Refavet Ullah Mirdha**

Bangladesh had witnessed a steep fall in exports in April this year as the ongoing coronavirus pandemic has had an unprecedented effect on both the local and global economy.

During that month, the country's overall export earnings reached a record low of \$0.52 billion, of which the apparel sector contributed \$0.37 billion.

The job market was subsequently jolted and a few thousand employees were terminated when the factories where they worked at either halted production or shuttered their businesses altogether due to the Covid-19 fallouts.

In a bid to curb the spread of Covid-19 within Bangladesh, the government enforced a two-month 'general holiday', beginning on March 26, during which all economic activities were shut down while public movement was limited as well.

However, in April, May and the first two weeks of June earlier this year, thousands of workers brought out processions and put up barricades on roads and highways to demand security for their jobs.

As the major retailers and brands of western markets began to slowly reopen their stores midway through June, local factory owners also started resuming production. This ensured that not as many workers would lose their jobs as previously thought.

A big relief came for the garment sector, which typically contributes more than 84 per cent of the national exports in a year, when international retailers and brands started to gradually accept their cancelled work orders.

In April and May alone, international retailers and brands solely in the garment sector cancelled work orders worth \$3.18 billion, putting local suppliers in a tight spot.

The government's generous spoon-feeding programme for exporters, especially those in the garment sector, also helped a lot during this crisis time.

The government provided a Tk 10,500 crore stimulus package for export-oriented sectors, particularly the apparel industry, so that they could pay their workers' wages from April to July under the scheme with only 2 per cent service charge.

So after a perilous journey, the country's exports started recovering and like previous times, the garment sector is again leading the recovery.

Ahsan H Mansur, executive director of the Policy Research Institute (PRI), said exports have recovered to some degree but it is not exactly what it was during the pre-pandemic era.

This is because the virus is making a comeback in many countries, such as Germany, Italy and Spain, which are in the EU, one of Bangladesh's main export destinations.

About 58 per cent of Bangladesh's total exports are destined for the EU while a whopping 64 per cent of the country's garment shipments head for the same area.

Therefore, the EU's economic recovery is a major factor for the recovery of Bangladesh's economy, employment and export receipts, Mansur said.

Since the EU and US markets are slowly returning to normal, so is Bangladesh's export, he added.

But although the garment sector is rebounding well, the rest of the economy is trying to do the same. Imports have also increased, albeit gradually.

Bangladesh now imports \$6 billion worth of goods each month but is currently struggling to bring it back down to \$3.5 billion.

MA Jabbar, managing director of DBL Group, a leading garment exporter, said that usually August-September is a lean period for the garment sector.

It was not the same this year for DBL though as buyers asked the factory management to continue production in order to cover the losses that were incurred in April and May because of the pandemic.

"We have definitely recovered, although not fully. Price is very low. But we are not thinking about prices now. It is our priority to run our business now," Jabbar told The Daily Star over the phone.

"Full recovery in business will not take place this year. Our strategy is to stay alive. Buyers are also struggling," Jabbar said. At the end of the current fiscal year, DBL's total export might be only 15 per cent less than their target, which Jabbar declined to reveal.

Currently, his factories are running at 75 per cent capacity but it is expected that this capacity will reach 90 to 95 per cent by November or December this year.

Jabbar also began recruiting new workers for a new unit which will be inaugurated soon.

"So, I am hopeful that exports will return to its previous position soon as the vaccine is also expected to arrive shortly," he said.

Mahmud Hasan Khan Babu, managing director of Rising Group and former vice-president of the Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association, said a gradual recovery is taking place in the garment sector since mid-June this year.

For a full recovery, we will have to wait until January or February next year. Most buyers are reissuing cancelled work orders, which is good for the sector.

"It may even take one year to fulfil all the cancelled work orders, which is better than if they remained cancelled. We appreciate the buyers who are taking back their cancelled work orders," Babu said.



"To sustain our recovery in garment exports, we will have to wait for Christmas sales in the western world and US election in November," Babu added.

Leather goods exports are not recovering as fast as the garment sector because leather goods are not basic items, these are luxury items, said Saiful Islam, president of the Leather and Leather goods Manufacturers and Exporters Association of Bangladesh.

Globally, the consumption of leather goods has decreased by 35 per cent due to the pandemic, Islam also said.

Moreover, the production of tanned hides in non-compliant tanneries at Savar is another perennial problem for leather goods. The manufacturers of leather goods cannot procure tanned leather from local tanneries as those are processed in non-compliant factories.

Moreover, the consumption of imported raw materials by the local leather goods manufacturers has gone down because of a restriction imposed by the National Board of Revenue (NBR), he said.

As a result, local leather goods exporters have been facing challenges in availing raw materials.

"We have not terminated any workers until now from the leather goods manufacturing units. The inquiries are coming from the buyers gradually in this sector," Islam told The Daily Star over the phone.

"Work orders are coming back now. My factory's recovery began back in June, when my UK, German, Canadian and French buyers started placing orders for winter clothing items," said Mostafa Sobhan Rubel, managing director Dragon Sweaters.

Usually, shipments of winter clothes stop in September but this year, the factories are running at full swing even now as the buyers extended the timeframe in consideration of the Covid-19 situation, he said.

So, the shipments of winter clothes will continue up to October this year, according to the managing director, who exported sweaters and other garment items worth \$30 million last year.

Rubel expects to earn about \$29 million from exports by the end of this year as well.

"But I am not unhappy to export less than \$1 million by the end of this year as this is a crisis time when people do not have work or jobs and are undergoing financial hardship," said Rubel.



## Covid-19 affected livelihoods of 82pc Bangladeshi RMG workers: SANEM

Published: September 07, 2020 14:57:12 | Updated: September 07, 2020 21:49:51



The Covid-19 crisis has had at least some impact on the livelihoods of 82 per cent garment workers in Bangladesh, according to a survey released on Monday.

The survey conducted by South Asian Network on Economic Modeling (SANEM) and Microfinance Opportunities (MFO) found that most of the respondents migrated from their place of birth for work, reports UNB.

In response to the survey's questions on the impact of the ongoing pandemic, only 18 per cent reported that the Covid-19 crisis has had no impact on their livelihoods while the remaining respondents reported at least some impact.



There is also a sizable minority that has migrated more than once. Around 1,269 workers who are employed in factories in Chittagong, Dhaka City, Gazipur, Narayanganj, and Savar have been participating in the survey.

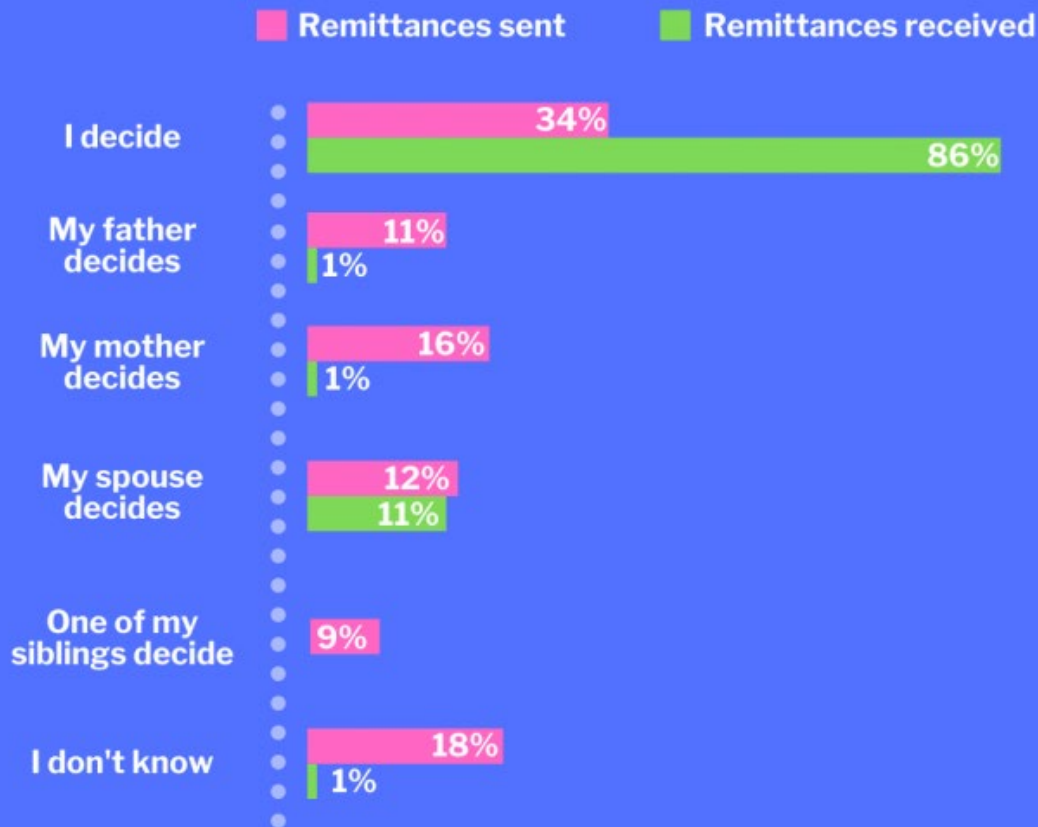
Over three-quarters of the working respondents are women, which is roughly the representative of gender distribution in the sector as a whole.

The survey asked its respondents about the workers' control over the earnings they send to their households and found that among those who were able to respond, 58 per cent said that it was some other family member while 42 per cent said they themselves were the decision makers.

## GARMENT WORKER DIARIES

### MIGRATION & REMITTANCES DURING COVID-19

#### Who Controls How Remittances Are Spent?



To assess the impact of the ongoing Covid-19 Pandemic on the overall working and living conditions of garment workers in Bangladesh, SANEM in partnership with MFO have been conducting a series of surveys, with new questions and among slightly changed number of respondents each week.

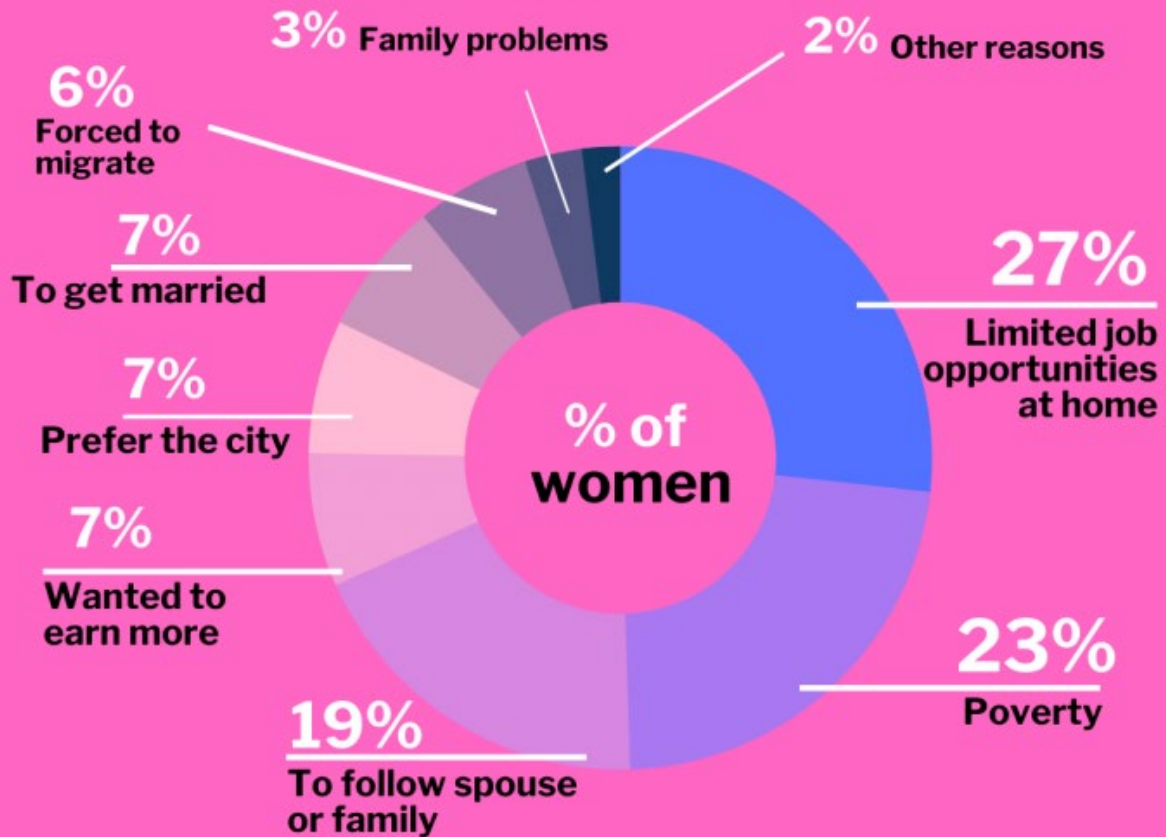
Some of the questions of this survey were questions supplied to by the International Labour Organization (ILO), a blog report on the survey, published on the website Garment Worker Diaries, noted.

The latest survey explored the dynamics of the workers' earnings, including who controls how they are spent, and the impact of Covid-19 on their size and frequency, the blog on the survey findings said.

**'Garment Worker Diaries'**

## MIGRATION & REMITTANCES DURING COVID-19

### Reasons for Migration

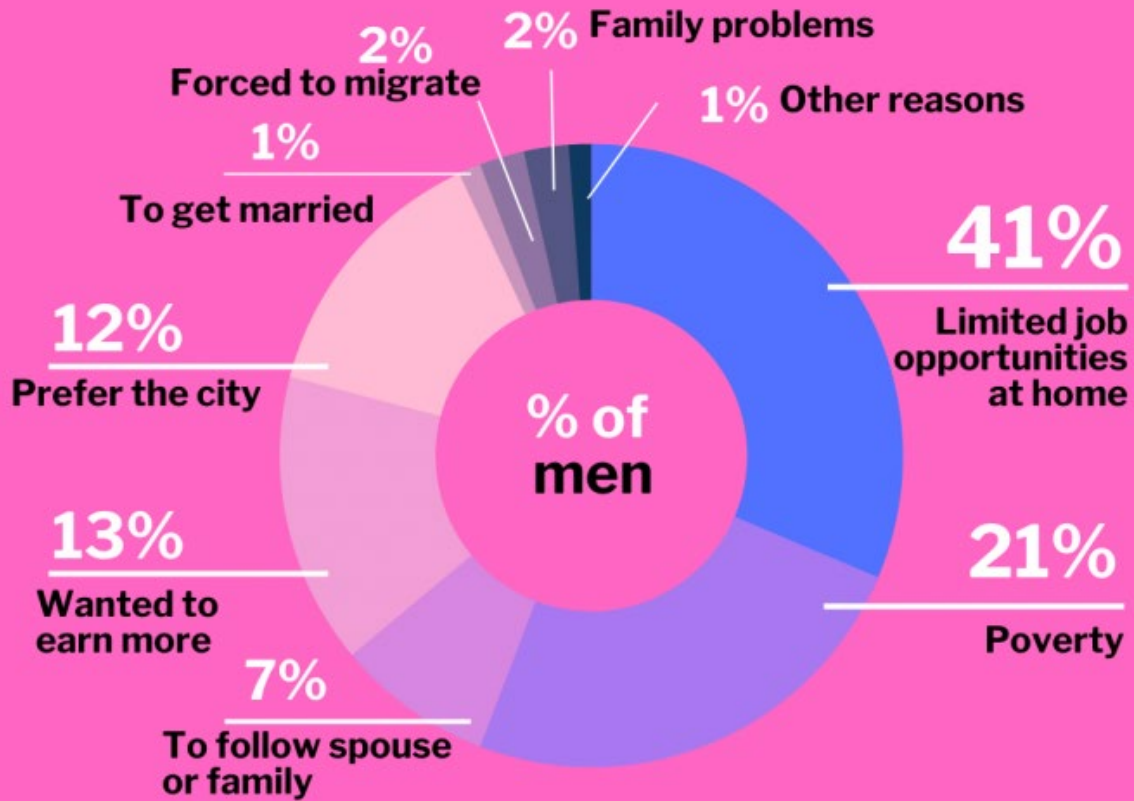


The survey found that – 89 per cent of respondents reported that they have migrated at least once, for any reason, 91 per cent of women reported they had migrated compared to 83 per cent of men, 81 per cent of migrants said they had migrated for a work-related purpose, 64 per cent of those respondents who had migrated for a work-related purpose said they had migrated just once.



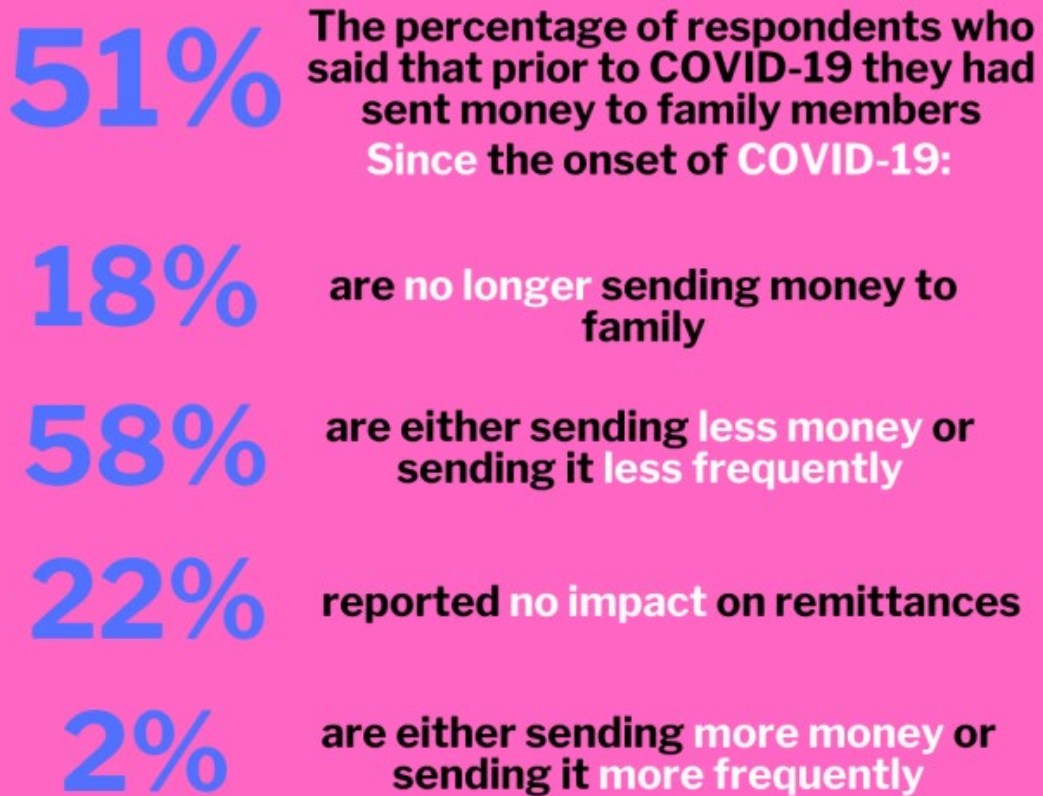
**MIGRATION & REMITTANCES DURING COVID-19**

**Reasons for Migration**



Assessing the impact of the Covid-19 on the respondents, the survey found out that 51 per cent of respondents said that prior to Covid-19 they had sent money to family members, with 47 per cent of women saying they had done so compared to 66 per cent of men, 58 per cent of those who had sent money to family prior to Covid-19 did so regularly, 33 per cent of those who had sent money to family prior to Covid-19 did so occasionally, 69 per cent of those transfers were sent to a family member.

## **IMPACT OF COVID-19 ON REMITTANCES**

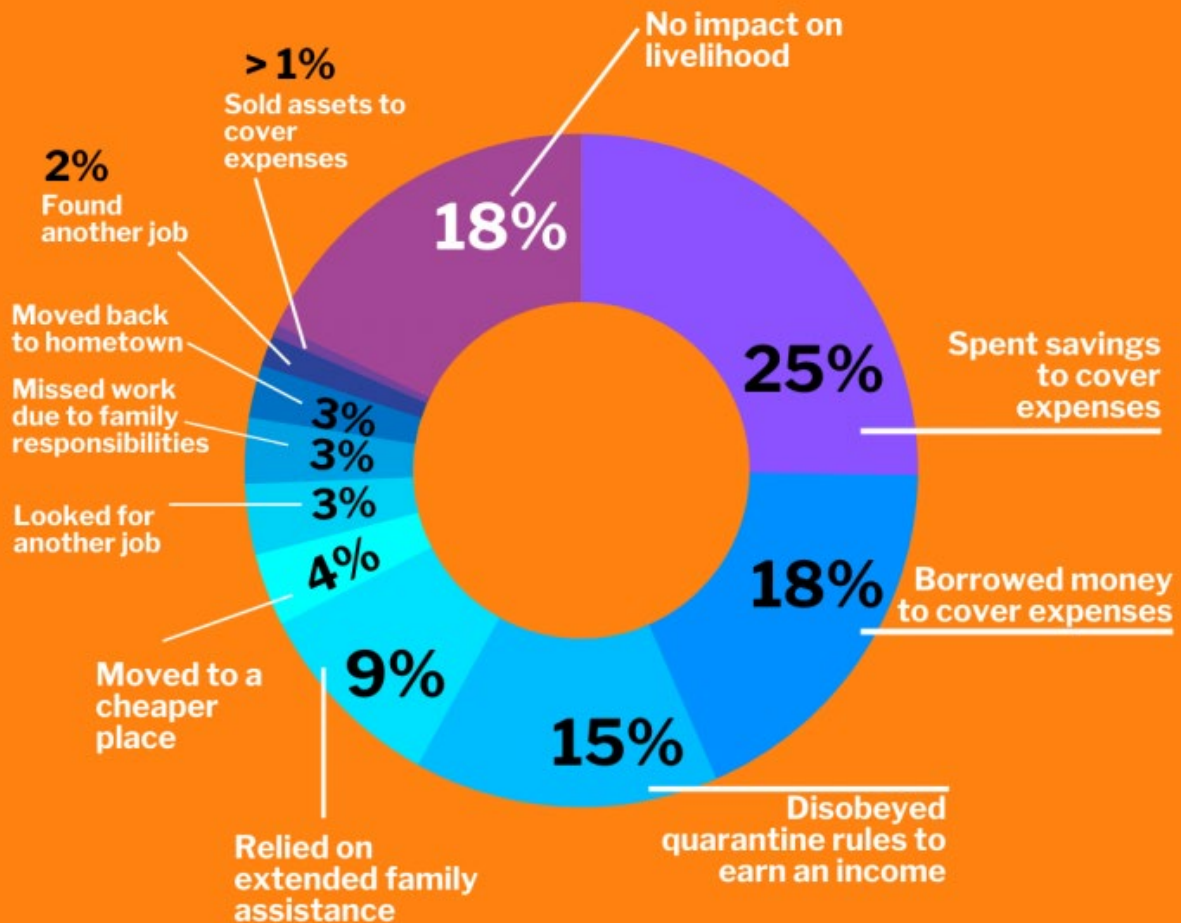


The surveys being conducted by SANEM and MFO are part of a project titled “Garment Worker Diaries”. The Garment Worker Diaries collect regular, credible data on the work hours, income, expenses, and financial tool use of workers in the global apparel and textile supply chain in producing countries.

The objective of the project is to have the data inform: government policy decisions, collective bargaining, and factory and brand initiatives related to improving the lives of garment workers.

## GARMENT WORKER DIARIES

# IMPACT OF COVID-19 ON LIVELIHOODS



The project began in 2016 when Microfinance Opportunities, a global non-profit, in collaboration with local research firms in Bangladesh, India, and Cambodia, collected data from 180 women in each country every week for a period of a year.

The goal of the project is to collect and disseminate Diaries data in five producing countries by 2021. It is expected that the data will result in a major improvement in the transparency of global supply chains.



# CMLV garment industry expected to be a coronavirus casualty



*Garment labourers assembling men's shirts at a factory in Phnom Penh*

SEPTEMBER 09, 2020 -

The regional textile industry has come under near-term threat from the global Covid-19 outbreak, especially for key producer Cambodia.

Sian Fenner, lead Asia economist at Oxford Economics, noted in a recent report that lockdowns adopted to contain the spread of the virus “have had a

severe impact on manufacturing and exports” in Cambodia, Laos, Myanmar and Vietnam (CLMV).

The textile industry was singled out as a casualty, as more than 55 per cent of the materials that go to clothes manufacturing in Cambodia, Myanmar and Vietnam come from their Chinese neighbour where factories were shuttered in early 2020.

“The slump in external demand has also led to cancelled orders,” Ms Fenner added.

Cambodia is expected to bear the brunt of the CMLV slowdown, since 66 per cent of its exports are generated by the clothing industry, which has historically reaped the benefits from foreign direct investment (FDI).

Said Ms Fenner: “After reaching record levels in 2019, we expect FDI inflows to fall sharply this year and the recovery into 2021 to be muted amid weak global demand for apparel and the partial withdrawal from the ‘Everything But Arms’ scheme with the EU.”

She was referring to the European Union’s trade arrangement that grants developing countries duty-free access to the European market.

Cambodia was partially dropped from the scheme in mid-August over human rights concerns, which affects signature products such as clothes, shoes and travel goods.

Ms Fenner said that this partial withdrawal of trade privileges will stymie Cambodia’s post-pandemic export recovery, even as its high dependence on tourism and exports means that it will likely be the worst-hit CMLV economy during the downturn.

Still, the CMLV bloc is still tipped to turn in stronger growth than the Asean-5 economies of Indonesia, Malaysia, the Philippines, Singapore, and Thailand. CMLV economic growth is likely to average 5.1 per cent from 2020 to 2028, outpacing the Asean-5 estimated average of 4 per cent, according to Oxford Economics' forecast.





WEDNESDAY, 02 SEPTEMBER 2020 18:04

## **CAMBODIA NEEDS TO STEP UP ITS GAME TO STAY AHEAD AS A SOURCING DESTINATION**

China diversification is likely to benefit Asian countries having a strong economy, reliable infrastructure, sufficient human capital and local geopolitical and supply security risk, says a new Moody's report. The Southeast Asian nation likely to benefit most from this is Cambodia, which currently faces soft economic sanctions for not addressing the civil rights demonstrations triggered by some politically-linked arrests. However, the country needs to first restore its brand image, says Stephen Higgins, Co-founder and Managing Director, Mekong Strategic Partners (MSP).

Penn Sovichat, Minister of Commerce Cambodia says, Cambodia's young labor force can help it to accomplish industrial development goal besides offering generous incentives to investors. In addition, its trade integration may help local producers to create niche markets and promote indigenous brands.

### **Logistic, productivity enhancement to benefit Cambodia**

According to Anthony Galliano, Group CEO, Cambodia Investment Management Co, Cambodia benefits from access to European and US markets for certain goods under the Generalized System of Preferences (GSP) and remaining Everything But Arms (EBA) advantages. However, these schemes have made Cambodia complacent as neither has the country upgraded its skills nor introduce any robust policy over the years.

For nearly two decades, the preferential tariff schemes enabled Cambodia to export products tax-free to the US and EU, boosting economic growth at an annual average of seven per cent. The country's garment and footwear exports surged to over \$9.5 billion in 2018 from just \$80 million in 1996, said a 2019 World Bank special report. In the last 20 years, Cambodia's backward and forward integration enabled it to expand faster than Malaysia, Thailand, Vietnam, Bangladesh and Sri Lanka, although it was from a low base.

## **High production costs, weak industrial base pose challenges**

Despite these strengths, Cambodian garment exports are eclipsed by certain shortcomings. The country's high production costs have made it less competitive and created a barrier to diversifying into similar productions and producing higher value-added products, said the World Bank. Yet Cambodia is well-placed to benefit from supply chain shifts if it improves its logistics, wages, productivity, says Stephen Higgins, Co-founder and Managing Director, Mekong Strategic Partners. However, it needs to shift its energy mix more towards renewable, otherwise MNCs and their supply chain will avoid it, Higgins adds.

Cambodia is unable to compete fiercely with other ASEAN member countries due to a weak industrial base, labor market and private sector, points out Chheng Kimlong, Director, AVI's Centre for Governance Innovation and Democracy. To gain competitive and comparative advantages, the private sector needs to promote technology and innovation.

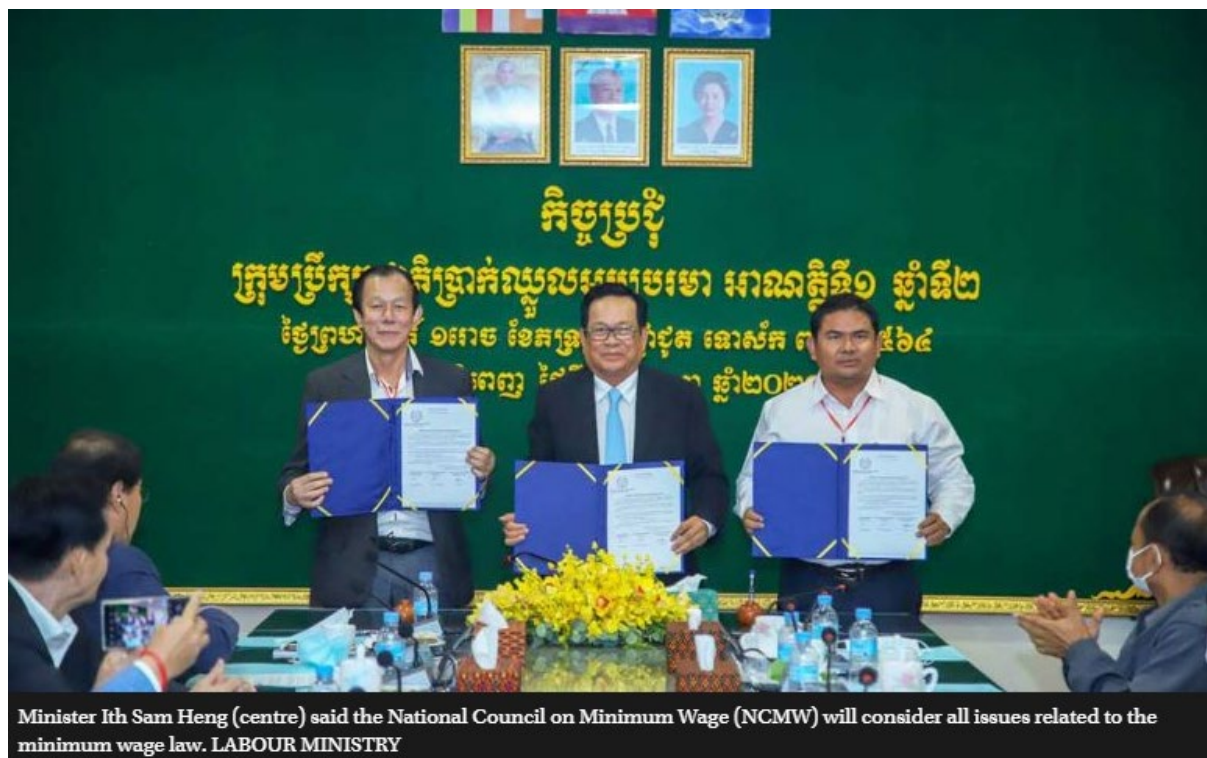
## **Positioning itself for the future**

Local advocate David Van believes, as global supply chain may be broken down into a more regional format post COVID-19, Cambodia needs to position itself for such a setting. Anthony Galliano, CEO, Cambodia Investment Management Co, opines to capitalize on shifting production bases, the Kingdom needs to diversify export outputs and destinations, increase product categories, reduce electricity costs, improve connectivity in transport and logistics, and raise its labor market and skills.

Though investments in other production plants in lower-wage economies will continue, Cambodia will not be able to replace China as a global production powerhouse due to its fragmented logistics and infrastructure networks. To win against neighbors, Cambodia has to first step up its own game.

## Minimum wage talks set to roll

[Mom Kunthea](#) | Publication date 03 September 2020 | 22:05 ICT



The Ministry of Labour and Vocational Training will hold meetings next week on whether the minimum wage for textile, garment, footwear and travel equipment workers will go up in 2021.

Minister Ith Sam Heng said the National Council on Minimum Wage (NCMW) will consider all issues related to the minimum wage law, including Covid-19, labour issues, social and health issues and workers' incomes.

“I am optimistic that each party understands the global difficulties and the Covid-19 impact on the economy. We are willing to discuss with a sense of shared responsibility in addressing the minimum wage for 2021.

“We have decided to schedule the next meeting of the NCMW on September 9 and will finalise the results on wages for workers in the textile, garment, footwear and travel equipment sector on September 10, before the Pchum Ben festival,” Sam Heng said.

National Trade Union president Fa Saly told The Post on Thursday he expects workers will receive a wage increase.

“The union will meet again on Monday to set a figure. I think the new minimum wage for workers in 2021 is likely to be no less than \$195, as last year the minimum wage was only increased by \$8,” Saly said.

Collective Union of Movement of Workers president Pav Sina was also optimistic about wage negotiations for workers.

“The situation this year is different from previous ones due to the Covid-19 crisis and the removal of 20 per cent of the Everything But Arms scheme. Both sides seem to understand the difficult situation workers face,” Sina said.

Cambodian Labour Confederation (CLC) president Ath Thorn said the reason to increase wages for workers is for families who lost income and work.

“They need to live with a heavier burden than before. Workers previously earned from \$230 to \$240 per month. But many factories are suspending workers as inflation rises to 3.1 per cent and food prices increase.

“We have high hopes there will be negotiable figures, but in this situation, company representatives have expressed the position that the Covid-19 problem will continue for a long time and they are waiting to hear whether the government can keep investors.

“The employer side has not yet mentioned any figures,” Thorn said. The union representatives have set a wage increase figure for workers in 2021 at \$11.59.

Garment Manufacturers Association in Cambodia (GMAC) said it is studying data before releasing a number.

GMAC secretary-general Ken Loo declined to comment on Thursday saying he will “wait for negotiations to be concluded”.

The government has set a policy to increase the wages of workers in the textile, garment, footwear and travel accessories sectors every year and the minimum wage in Cambodia in 2020 is \$190 per month.

# How The Pandemic Has Changed China's Fashion Industry

- [Adina-Laura Achim](#)
- September 8, 2020

The COVID-19 pandemic has created real challenges for the Chinese garment industry, and China's loss has become gains for other Asian suppliers. Photo: Shutterstock

The COVID-19 pandemic has created real challenges for the Chinese garment industry. The global apparel supply chain has slowed down, and the internal market, which was already suffering because of the China-US trade war, had to overcome new constraints thanks to factory shutdowns at home as well as travel bans and quarantine measures across importing nations.

According to [Apparel Resources](#), China's market share in the US apparel import market alone fell to a mere 21.3 percent this February. The country also saw a loss of \$1.19 billion in textile and apparel export shipments to the US in the first half of 2019, primarily due to the trade war.

Apparel Resources also highlights how the trade relationship between the US and China has become more fractured. According to their data, the US was China's largest export market for textiles prior to the outbreak, with roughly 18 percent of China's textiles exports going to the country.

China was also the largest exporter of textiles and apparel to the US, accounting for 38 percent of the nation's total imports. Similarly, Apparel Resources emphasizes that there is an additional challenge: the rise of global competitors. China's loss of market shares has boosted apparel exports from other Asian suppliers like Vietnam (18.8 percent so far in 2020 versus 16.2 percent in 2019) and Bangladesh (9.1 percent so far in 2020 versus 7.1 percent in 2019).

The [South China Morning Post](#) singles out research by the United States Fashion Industry Association — which surveyed 25 fashion retailers in the second quarter — which found that sourcing diversification has become the new norm. In fact, 29 percent of the executives polled said they now source more from Vietnam than China, which is up from 25 percent in 2019.

To cope with these tensions and weak demand, Chinese textile producers have slashed their prices. “The unit price of the US apparel imports from China dropped from \$2.25 per square meter last year to around \$1.88 in the first half of 2020,” says the South China Morning Post. “Prices offered by Chinese suppliers have been around 30 percent lower than other Asian countries this year.”

Meanwhile, domestic demand is also witnessing significant changes. And the textile and clothing industry is embracing the premiumization trend. That has catalyzed business disruptions.

How can textile manufacturers navigate the “new normal” ?

Chinese textile producers are resilient, and they’ve adapted faster than their competitors to challenging new realities. To a certain extent, it seems that Chinese manufacturers have been preparing for this new reality for the past few years and have fast-tracked digitalization while employing direct to consumer strategies.

Moving online has allowed many textile companies — including small-batch manufacturers from lower-tier cities — to capture the benefits of e-commerce while bypassing the middleman and arriving directly to the consumer. Through Aliexpress and Amazon, Chinese manufacturers have found a way to sell directly to overseas buyers.

Cross-border, direct-to-consumer commerce is the future of the fashion industry because it creates value for the customer by cost-cutting measures that don’t undermine product quality. Instead of settling for lower profit margins and increased costs via resellers, a manufacturer can now take his products straight to the buyer.

A second trend that was rapidly expedited in post-pandemic China is sustainable consumption. Osmud Rahman, Benjamin C.M. Fung, and Zhimin Chen write in their article Young Chinese Consumers’ Choice between Product-Related and Sustainable Cues — The Effects of Gender Differences and Consumer Innovativeness that “as people become more affluent, they do not necessarily search for a product merely based on its functional and monetary benefits, but also its aesthetic, altruistic and ecological values.”

The authors highlight how wealthy consumers are comfortably meeting basic life needs, so they “have more opportunity and greater freedom to search for products with intangible/added values (less materialistic/pragmatic), such as sustainable or recyclable products.”

Today’s consumer mindset puts ethical manufacturing and eco-friendly practices first. Consequently, Chinese manufacturers have implemented product diversification strategies while including a range of bio-products as part of their production lines. Sustainable and recycled fibers, green product development, and eco-design innovation have become “the new normal.”

Moreover, the eco-friendly movement has brought about a shift from standardized, large-volume manufacturing to customized production. Personalization processes, made-to-order, and customization all constitute bespoke experiences, and global consumers have embraced manufacturers that offer these services.





**The New Silk Road offers Italy new opportunities for economic and commercial development. In particular, Italy is directly involved in the project with its ports of Venice, Trieste and Genoa. These represent important terminals for the maritime branch of the New Silk Road. Furlog, a logistics company based in Italy, gives an insight into the thriving business along the corridor.**

An interesting aspect of the exchange between Italy and China is that both countries import and export the same commodities, explains the company. “Mainly furniture, luxury goods, clothing, machinery, automotive, plastics and synthetic rubber.” But according to the logistics firm, all kinds of goods can profit from the development of rail transport, because “rail is not necessarily a direct substitute for maritime transport between Italy and China. It is an alternative option that could be competitive for certain goods and trades, especially for high value-added goods.”

## **Fashion on the train**

This being said, Furlog has a strong focus on the fashion industry. It moves ready-made products and accessories, in hanging garment mode as well as raw materials or semi-finished products destined for Italian factories. “For imports we manage several flows from Southeast Asia, India and China. For exports, the main destinations are Russia, CIS countries, China, Japan, Korea.”

Moving fashion items is coupled with some specific transport needs. “The mode of transport must take into account the delicacy of the clothes and needs an ad hoc transport service. Great attention must be paid to the cleanliness of the containers and special precautions are required for the preparation of containers for the transport of hanging garments. The level of service required in this segment is very high and it requires competence, precision and accountability.”

## **Benefit the most**

As well as other key sectors of international trade, the fashion sector is among those that will benefit most from the development of rail transport, Furlog believes. “For companies that export/import goods internationally, rail transport offers significant growth potential. Some of the advantages are: faster transit times compared to sea transport, economic convenience compared to air transport, high transport security (containers are equipped with GPS, which not only detects the position of the goods, but sends real-time alerts when the container is opened), decongestion of roads, and more environmentally-friendly transport thanks to reduced CO2 emissions. This aspect in particular is gaining more and more significance, to help customers reach their CO2 reduction targets.

“In general, what we see is that rail transport is becoming a third mode of transport that is planned in the logistics chain: if until some time ago it was used only in cases of delays, now a part of the goods is destined to this mode of transport in order to privilege from a lower environmental impact and lower warehouse stocks.”

# U.S. Considering Action on Chinese Textiles and Apparel That Would Affect Tens of Billions of Dollars in Imports

8 September, 2020



A farmer transports cotton sacks at a cotton factory on September 23, 2007 in Shihezi of Xinjiang Uygur Autonomous Region, China. (Photo by China Photos/Getty Images) | Credit:



By [Brendan Menapace](#)

There's reason to believe that the Trump Administration could place a Withhold Release Order on textile and apparel products from China, citing concerns over forced labor in China's Xinjiang region.

Speaking to reporters from the [South China Morning Post](#) and Politico, textile industry sources and a former Trump Administration trade official say that the decision could

come as early as next week, and would bring a shock to not only imported textiles but the U.S. textile industry, too.

Should U.S. Customs and Border Protection make the call, the sources claim that it could affect tens of billions of dollars worth of imported textile and clothing. This would cover cotton, yarn and fabric made in facilities in the Xinjian Uighur Autonomous Region, which has been the subject of scrutiny for a while now as international critics say the Muslim minority group has been essentially working as slave laborers. In the U.S., the move could bring back the familiar back-and-forth of tariffs and retaliatory moves from Beijing.

There's an important distinction to make between a Withhold Release Order and an outright ban. The ban is much more of a sweeping block. The WRO, however, would require a bit more diligence. Products will arrive to the U.S., but if the CBP authorities find that it was made with forced labor, it would be re-exported or destroyed. Multiple big-name companies have sourced their materials from the Xinjiang region.

Perhaps most notably is Apple, which [was the subject of scrutiny after a watchdog group traced its retail employee uniforms to factories in the region](#). Apple disputed the claim, saying that its apparel wasn't actually made within the factories, but it's still a little murky. Some [schools and universities have also pulled sportswear items from their shelves](#) after they found that the products were sourced from factories in Xinjiang. The Xinjiang region is where the vast majority of China's cotton supply is grown. It's also home to the region's Uighur Muslim minority. Radio Free Asia has estimated that at least 120,000 people have been detained in re-education camps. Tens of thousands of Uighur are reportedly working in these factories manufacturing apparel items for brands like Nike. Activist groups say that escaping the work environments is "extremely difficult," with constant looming threats of "arbitrary detention."

If the U.S. makes the decision to put the WRO on Chinese textile and apparel imports, it would be a very real mark of disapproval and show of commitment to stopping human rights abuses. Economically speaking, it would almost certainly be met with backlash from Beijing, based on the two countries' track record with each other. But it would be a next logical step for the U.S. in its fight against human rights abuses, as the U.S. Commerce Department has already placed almost 50 Chinese factories on its list of businesses and facilities using unethical practices. According to the SCMP, that distinction alone practically bans them from working with U.S. companies unless they get a special license to do so. We'll monitor this situation as it develops.



07 SEPTEMBRE 2020 - 16:44 |

PAR [COMMODAFRICA](#)



@Pixabay

## Les importations de coton en Chine ont chuté de 26% en 2019/20

Les importations chinoises de coton, toutes origines confondues, ont chuté de 26% sur la campagne 2019/20, à 1,55 million de tonnes (Mt), estime le Département américain de l'Agriculture (USDA), mais la part des Etats-Unis parmi les fournisseurs a atteint 30% ce qui représente 473 000 t contre 370 000 t en 2018/19. Pourtant les achats de coton américains par la Chine ont été assujettis sur une partie de l'année à une taxe de 25% suite à la guerre commerciale que se livrent les deux géants.

Le Brésil est parvenu à maintenir sa part de marché de 36%, tandis que celle de l'Australie a chuté à 13%, perdant ses parts aux Etats-Unis. A noter qu'aucune origine africaine n'est mentionnée dans le rapport de l'USDA.

S'agissant de la nouvelle campagne 2020/21, les importations chinoises sont estimées grimper à 1,96 Mt sans pour autant repasser au dessus de la barre des 2 Mt enregistrées en 2018/19.

Quant à la production chinoise, elle continuerait de glisser, estimée à 5,9 Mt en 2019/20 et 5,8 MT en 2020/21. Les stocks de fin de campagne continuent à se situer en-deçà des 8 Mt.

.../...

Cotton China	2018/2019		2019/2020		2020/2021	
	Market Year Begin: Aug 2018		Market Year Begin: Aug 2019		Market Year Begin: Aug 2020	
	USDA Official	New Post	USDA Official	New Post	USDA Official	New Post
Area Planted	0	3,250	0	3,220	0	3,120
Area Harvested	3,500	3,250	3,450	3,220	3,300	3,120
Beginning Stocks	8,272	8,272	7,766	7,794	8,000	7,910
Production	6,042	6,070	5,933	5,900	5,770	5,810
Imports	2,099	2,099	1,524	1,554	1,960	1,960
MY Imports from U.S.	0	0	0	0	0	0
Total Supply	16,413	16,441	15,223	15,249	15,729	15,679
Exports	46	46	38	34	27	28
Use	8,600	8,600	7,185	7,305	7,947	8,000
Loss	0	0	0	0	0	0
Total Domestic Consumption	8,600	8,600	7,185	7,305	7,947	8,000
Ending Stocks	7,766	7,794	8,000	7,910	7,755	7,651
Total Distribution	16,413	16,441	15,223	15,249	15,729	15,679
Stock to Use %	90	90	111	108	97	95
Yield	1,726	1,868	1,720	1,832	1,748	1,862



# Saint-Chamond : le groupe Kidiliz placé en redressement judiciaire

Vendredi 11 septembre 2020 à 7:13 -

Par [Tifany Antkowiak](#), [France Bleu Saint-Étienne Loire](#)

Le groupe spécialisé dans l'habillement pour enfants Kidiliz (ex Zannier), dont le siège administratif se trouve à Saint-Chamond (Loire) a été placé en redressement judiciaire, annonce son PDG.



Le groupe français Kidiliz a été placé en redressement judiciaire par le tribunal de commerce de Paris, a annoncé jeudi son PDG Patrick Puy. L'**ex-groupe Zannier**, spécialisé dans la mode pour enfants, regroupe dix marques dont Z, Chipie, Catimini, Kenzo Kids. Le groupe, dont le siège social se trouve à Saint-Chamond, avait été **racheté en 2018 par le groupe chinois Semir** en vue de former le numéro deux mondial du secteur. Il revendique près de 400 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2019, dont près de la moitié en France, et compte **1600 salariés en France** et 1000 dans le reste du monde

## Gestion "sous-optimale"

Patrick Puy, spécialiste de la gestion des entreprises en difficulté, a été nommé pendant l'été à la tête de Kidiliz. Il estime que le groupe a été "géré de façon un peu sous-optimale jusqu'à sa cession" à Semir, qui depuis "n'a pas fait grand chose pour en améliorer le fonctionnement". "La Covid est arrivé par dessus ça et a engendré des résultats à prévoir catastrophiques, puisque **le chiffre d'affaires va passer cette année à quelque chose comme 260 millions d'euros**", a-t-il expliqué, évoquant "une situation financièrement insupportable". Le PDG veut toutefois rester optimiste : "il y a des raisons d'espérer parce que" Kidiliz détient "une vraie position de leader et pourra séduire d'autres acteurs, avec de **très belles marques**".

(avec AFP)

## "Nous sommes au secteur textile ce que Leclerc est à la grande distribution"

CHRISTOPHE DAVID PUBLIÉ LE 04/09/2020 À 10H07

Une hécatombe. Au sortir de la crise sanitaire, le secteur textile compte ses malades et ses morts. Des redressements judiciaires en pagaille, Camaïeu, Orchestra, André, ou des procédures de sauvegarde comme pour Celio. Des enseignes cédées : Naf Naf, La Halle. Même les géants comme Zara, qui va fermer 1.200 de ses 7.400 boutiques dans le monde, accusent le coup. L'Institut français de la mode estime que le marché pourrait baisser de 17 à 25% cette année.

On mesure dans ces conditions la performance du breton Beaumanoir (Cache Cache, Morgan, Bonobo, Bréal) qui, dans la tempête, a bien tenu la barre. Son patron fondateur explique ici la force de son mode d'organisation. Mais affirme aussi que le secteur, confronté à une baisse tendancielle de l'habillement, était déjà condamné à un regroupement des acteurs, avec ou sans Covid. Lui espère faire partie des groupes capables de repartir plus fort demain. **La reprise de La Halle devrait l'y aider.**

### **Comment le groupe Beaumanoir a traversé cette crise ?**

**Roland Beaumanoir :** Pour les magasins, c'est bien simple : zéro vente pendant deux mois. Nous estimons à 150 millions d'euros le chiffre d'affaires perdu. Notre activité est essentiellement réalisée en France et en Chine. En Chine, tout est toujours beaucoup plus brutal, quand l'économie s'arrête ou quand elle repart. En l'occurrence, la crise du textile là-bas est intervenue bien avant le Covid. Dès 2018, de nombreux distributeurs chinois ont plongé, à l'exception du géant du secteur, Semir. Voilà pourquoi, en mai 2019, nous avons préféré affaler nos voiles en Chine : notre parc de magasins a été ramené de 1.000 à 700 unités. Sans ces mesures, nous aurions sans doute dû quitter le pays. Nous sommes la dernière chaîne française en Chine, mis à part le secteur du luxe.

### **Les ventes sur Internet ne vous ont pas aidé ?**

Notre activité en ligne a progressé trois fois plus qu'en temps normal, mais

cela ne représente qu'une part limitée de notre chiffre d'affaires, de l'ordre de 8 à 10%, ce qu'atteint aujourd'hui Morgan. Nous avons pour objectif de réaliser 25% de nos ventes sur Internet. Cette crise a conforté notre stratégie omnicanale. Nous avons pris le virage du numérique depuis longtemps. A titre d'exemple, nous produisons 100000 images par an pour animer nos sites Internet.

**>> A lire aussi - Camaïeu : l'emploi largement préservé, après un jugement**

### **Les foncières ont-elles fait un geste pour vos commerçants ?**

Non, quasiment pas. Les loyers sont déconnectés de l'activité réelle et ce phénomène n'est pas que français, il est mondial. Et ancien. Depuis 2010, le secteur textile a baissé de 15% en valeur. Dans le même temps, les mètres carrés commerciaux ont progressé de 20% et les loyers à peu près autant. Nous sommes dans une situation où il y a trop d'acteurs, trop de mètres carrés et les foncières continuent à vivre de leur rente, comme si de rien n'était. Même la veuve de Carpentras peut comprendre le problème. On n'échappera pas à une consolidation du secteur. Les annonces de redressement judiciaire ou faillites se succèdent. Avec ou sans Covid, elles auraient eu lieu. Notez qu'en Chine aussi il y a trop de mètres carrés. En 2013, l'État a lancé un programme gigantesque : 1.000 centres commerciaux par an pendant cinq ans. Mais la clientèle n'a pas suivi.

### **Votre offre de reprise de Naf Naf n'a pas été retenue par le tribunal de commerce de Bobigny. Déçu ?**

Nous proposons de reprendre 95 boutiques en propre et les 75 magasins affiliés. **Sy International en reprendra respectivement 125 et 75.** Je comprends que le tribunal ait retenu l'offre en apparence la mieux-disante. Mais je ne vois pas comment une affaire qui perdait beaucoup d'argent va pouvoir se redresser avec un schéma quasiment inchangé, avec une même direction (qui prend au passage 49% du capital) et un même fournisseur principal. Je leur souhaite bien sûr de réussir.

Je vais vous faire une confidence. J'avais déjà cherché à racheter Naf Naf en 2007. A l'époque nous étions en pleine croissance et j'en proposais un prix conséquent. Nous nous sommes fait doubler sur le poteau par Vivarte. Sur le coup, j'étais furieux. Avec le recul, je pense que ce fut le meilleur deal de ma carrière. Les financiers de Vivarte étaient sans doute très intelligents, mais ils ont revendu Naf Naf dix ans après, quatre fois moins cher qu'ils ne l'avaient acheté...

### **Est-ce que votre modèle de réseau franchisé est un atout ?**

Si je peux me risquer à une comparaison : nous sommes au secteur textile ce que Leclerc ou Système U sont à la grande distribution. Notre modèle repose sur le commerce indépendant, qui connaît sa clientèle et mise son propre argent.

Vous savez, j'ai débuté comme un petit commerçant de Saint-Malo. En 1981 j'ai ouvert un premier magasin à petits prix – contre l'avis de mon père d'ailleurs, qui n'y croyait pas. A l'époque, je faisais toutes les semaines l'aller-retour à Paris pour aller m'approvisionner dans le Sentier. Très vite, je me suis demandé comment résister aux grands succursalistes. La réponse, c'est de mutualiser les services. Notre mission, c'est d'apporter à chacun de nos commerçants le meilleur de la technologie, que ce soit les outils de pilotage informatiques ou logistiques. La qualité de service apportée au réseau est dans l'ADN de notre groupe.

## L'ancien patron d'Auchan veut ramener Camaïeu à l'équilibre dès 2022

Wilhelm Hubner, qui a passé plus de 30 ans au sein du groupe Auchan, a été choisi par Michel Ohayon, le repreneur de Camaïeu, pour redresser l'enseigne de prêt-à-porter féminin, en pleine crise sanitaire et en plein marasme du marché textile.



Quelque 100 millions d'euros vont être injectés afin de relancer l'enseigne de prêt-à-porter féminin, qui va implanter des corners dans les 22 Galeries Lafayette repris par la FIB avant de définir un nouveau concept de magasin. (ROMUALD MEIGNEUX/SIPA)

Par **Nicole Buyse**

Publié le 25 août 2020 à 17:53 Mis à jour le 25 août 2020 à 19:09

« Camaïeu is back, Camaïeu est de retour », telle est la formule lancée par Wilhelm Hubner dans un entretien accordé aux « Echos », ce mardi au siège de la chaîne d'habillement à Roubaix. Après 31 ans passés au sein du groupe Auchan, jusqu'à devenir président du directoire d'Auchan Retail, poste qu'il a quitté en 2018, ce baroudeur de la distribution a été choisi par [Michel Ohayon](#) pour redresser l'enseigne de prêt-à-porter féminin que l'homme d'affaires a repris via sa holding, la Financière immobilière Bordelaise (FIB).



Après [la décision du tribunal de commerce de Lille](#) , mi-août, de préférer son offre de reprise à celle des anciens dirigeants et actionnaires, la FIB, mieux-disante, s'est engagée à garder 511 magasins sur 634, et 2.619 salariés, soit 80 % des effectifs.

### **103 millions d'investissement**

Arrivé il y a quelques jours, Wilhelm Hubner a déjà fait le tour de quelques points de vente et dressé les grandes lignes de son plan de bataille. Il s'agit de faire remonter dès l'année prochaine le chiffre d'affaires de Camaïeu, qui a dévissé de 25 % en huit ans pour tomber à 570 millions d'euros à la clôture de l'exercice 2019-2020, fin mars. Le nouveau dirigeant vise un retour à l'équilibre de l'entreprise en 2022.

Un peu plus de 100 millions d'euros, 103 précisément, vont être mobilisés pour la relance de l'enseigne. 20 millions seront investis par la FIB, auxquels s'ajouteront des crédits fournisseurs (20 millions d'euros d'ores et déjà sécurisés), des lignes bancaires et du besoin en fond de roulement (BFR). FIB va, en outre, demander très prochainement un prêt garanti par l'Etat (PGE) d'un montant de 45 millions d'euros.

### **Moderniser l'offre**

De fait, les chantiers sont nombreux. A commencer par celui consistant à retrouver l'ADN de la marque, que Wilhelm Hubner qualifie de « patrimoniale ». Il s'agit de réhabiliter le triptyque « style, qualité, prix », « dont elle s'était détournée, en allant plus fort sur le prix que sur la qualité et le style », lâche le nouveau patron. A charge pour la nouvelle directrice de style, arrivée en mars dernier, de moderniser l'offre produits en s'appuyant sur, le fichier des six millions de clientes actives.

*« Nous allons visiter leur dressing, pour savoir comme elles achètent, où et pourquoi et ensuite en faire des ambassadrices »*, explique Wilhelm Hubner. Une offre qui devra être évolutive avec, pourquoi pas, l'arrivée de jeunes créateurs et la création de nouvelles marques.

## Gagner en agilité et en réactivité

Le nouveau patron veut aussi améliorer le niveau de service, grâce au numérique, afin de faire passer l'enseigne en mode totalement omnicanal. Encore séparée en fonction des canaux de distribution, la logistique va être unifiée, l'objectif étant de faire passer le chiffre d'affaires réalisé sur Internet de 6 à 7 % du total, à 15-20 %.

Wilhem Hubner n'en croit pas moins au commerce physique et à l'achat plaisir. *« C'est pour cela que nous avons gardés autant de magasins - même si certains sont déficitaires - pour avoir un réseau significatif »*, dit-il. Face aux concurrents que sont Zara ou H & M, Camaïeu doit *« redevenir un leader qui donne le ton, innove et surprend »*, affirme le dirigeant. Cela passe aussi par un rééquilibrage des sources d'approvisionnement, en réduisant la part grand import, aujourd'hui à 90 %, ce qui se solde par 12 millions de pièces en stock en entrepôt. **L'objectif est de se fournir davantage dans le bassin méditerranéen, afin d'être plus réactif.**

## Redonner envie de l'achat plaisir

Le nouveau dirigeant entend co-construire ce projet *« avec les équipes afin de définir d'ici à fin novembre un plan stratégique »*, annonce-t-il. Le temps de *« tourner la page douloureuse »* du redressement judiciaire qui a divisé les salariés, de *« cicatriser les plaies et colmater les brèches »* avant de repartir à l'offensive *« après avoir été pendant huit ans sur une position défensive »*.

La reconquête commencera par l'ouverture de corners dans le réseau des [22 Galeries Lafayette](#) gérés par la FIB. Puis un nouveau concept de magasin sera dévoilé dans quelques mois, avant de nouvelles ouvertures au second semestre 2021, puis la rénovation de tout le parc de magasins d'ici à quatre ans.

Mais Wilhelm Hubner en est conscient : les huit mois à venir vont être difficiles compte tenu du contexte économique global, de la récession sur le marché du textile, sans oublier la crise sanitaire qui freine la fréquentation en magasin.

## Fashion On Demand by Lectra séduit les plus grands noms de la mode



**L'industrie de la mode et de l'habillement est l'une des plus touchées par les conséquences économiques de la crise sanitaire liée au COVID-19. Pour faire face à cette situation sans précédent, nombre d'entreprises du secteur sont contraintes de se réinventer dans l'urgence. Cette transformation à marche forcée s'explique en grande partie par le fait que la mode du « monde d'avant » accusait déjà un certain retard en matière de digitalisation.**

Il n'est dorénavant plus tant question de produire davantage que de produire mieux, de prendre des engagements de qualité et de tenir sa promesse. Pour certains acteurs de l'industrie cela pourrait s'apparenter à une révolution culturelle. Le principal enjeu : sécuriser la qualité en maîtrisant les processus de fabrication. C'est notamment pour y répondre que de grands noms de la mode ont choisi Fashion On Demand by Lectra. Ces

entreprises ont ainsi la capacité de livrer rapidement une commande avec un coût de production maîtrisé, tout en maintenant des standards d'excellence opérationnelle et de qualité de produit fini élevés. Grâce à cette offre disruptive, elles s'ouvrent également aux nouvelles opportunités offertes par l'essor de la personnalisation.

Conçue selon les principes de l'industrie 4.0, Fashion On Demand by Lectra permet aux entreprises de rationaliser de nombreux processus de production et de gérer des demandes individuelles complexes, depuis la réception des commandes jusqu'à la salle de coupe, en passant par les phases de développement produit.

### **Lectra, partenaire stratégique de l'évolution des entreprises vers la production à la demande.**

En Europe, de nombreuses enseignes premium ont choisi Fashion On Demand by Lectra pour gérer plus efficacement leurs tissus à motif, à l'instar de Belles Roches Couture, atelier de confection haut de gamme en prêt à porter féminin sur mesure, ou des maisons de couture mondialement reconnues telles Emmegi Confezioni, Brioni, Ermenegildo Zegna et Turnbull & Asser.

La solution gère automatiquement les contraintes liées aux différents types de tissus en parallèle du processus de production, ce qui leur permet de surfer plus rapidement sur les nouvelles tendances, sans pour autant sacrifier la qualité.

Fashion On Demand by Lectra aide également ces entreprises à gagner en agilité opérationnelle et à réduire leurs délais de mise sur le marché. *« Nous bénéficions d'une plus grande transparence à chaque étape de notre chaîne de valeur, nous avons réduit considérablement nos délais de production, et la découpe de nos tissus unis et à motif est maintenant tout aussi rapide »*, se félicite Maurizio Bonacina, fondateur d'Emmegi Confezioni.

TAL Apparel, l'un des plus importants fabricants mondiaux de vêtements basé à Hong Kong, qui a bâti son succès sur l'innovation tout comme Balsan, filiale du Groupe Marck et acteur majeur français du secteur des uniformes, ont quant à eux choisi Fashion On Demand by Lectra pour automatiser leur chaîne d'approvisionnement et accélérer leurs processus de production, dans le cadre de leur modèle commercial de fabrication sur-mesure. *« Nous devons adopter une approche au cas par cas pour chaque commande, ce qui nous faisait perdre beaucoup de temps. Grâce à Fashion On Demand by Lectra, nous avons amélioré nos performances globales et enregistré un gain de productivité de 7 % »*,

témoigne Stéphane Quiniou, Directeur industriel et qualité du Groupe Marck, propriétaire de Balsan.

### **S'assurer d'une mise à disposition rapide sur le marché par une supply chain plus agile.**

Fashion On Demand by Lectra permet d'exécuter simultanément de nombreuses commandes individuelles et d'automatiser les règles de production. *« Nous voulions développer nos activités de production sur-mesure, ce qui impliquait de gérer un plus grand nombre de commandes et d'altérations. Nous devions aussi garantir l'efficacité des placements et la précision des raccords. Nous étions donc à la recherche d'une solution capable de répondre à ces enjeux, du traitement des commandes jusqu'à la découpe. Et Lectra nous a donné entière satisfaction »*, confie Delman Lee, Président et Directeur technique de TAL Appareil.

Le spécialiste canadien des combinaisons de vol pour pilotes Stephan/H et la marque suédoise de vêtements marins Henri Lloyd ont également adopté Fashion On Demand by Lectra, afin d'accélérer leur processus de personnalisation. Les deux enseignes souhaitent grader rapidement des patronages complexes et gérer avec agilité de nombreux coloris et composants. Elles bénéficient désormais d'une visibilité à 360° sur l'ensemble de leurs processus, depuis la réception des commandes jusqu'à la découpe, permettant à leurs collaborateurs de partager des données en temps réel, d'éviter les erreurs et de prendre des décisions plus rapidement. Avec cette solution innovante, Stephan/H et Henri Lloyd ont optimisé les interactions entre leurs équipes de développement produit et de production, tout en maximisant leurs gains de matière.

*« Qu'il s'agisse d'articles personnalisés ou d'éditions limitées, nos clients ont tous un point commun : leur volonté d'offrir des produits de grande qualité. Nous sommes donc très honorés que des marques aussi réputées aient choisi Fashion On Demand by Lectra pour y parvenir. Cela illustre également la polyvalence de cette solution, car elle répond aux besoins d'entreprises évoluant dans des secteurs très divers, des vêtements pour femmes aux uniformes. Nous sommes certains qu'elle les aidera à commercialiser les bons produits, au bon moment. »*, se félicite Céline Choussy, Directrice marketing et communication, Lectra.

# Made in France : -25 % d'exportations textiles au premier semestre

AUTEUR :



[Matthieu Guinebault](#)

PUBLIÉ LE today31 août 2020

Alors que s'ouvre le salon Made in France, les chiffres tombent sourdement : la France a connu au premier semestre une chute de 25 % de ses exportations d'habillement, et de 21 % pour son textile. En face, si les importations d'habillement chutent également de 23 %, l'afflux de masques étrangers a fait exploser les chiffres de 90 %, nous indique l'Institut Français de la Mode.

Comme le relevait FashionNetwork.com au début du confinement, la crise du Covid-19 met un terme à trois ans de hausse pour les exportations françaises d'habillement. Au premier semestre, celles-ci sont donc tombées à 3,8 milliards d'euros (-25 %). Le recul est de 26 % dans l'Europe des 28 comme pour le reste du monde, mais grimpe à 39 % pour les pays du pourtour méditerranéen. Au Top 20 des pays clients, la chute est quasi-générale. Bien qu'il ressort une forte résilience des commandes sud-coréennes (-5 %) et surtout autrichiennes (-2 %). Les exportations de textiles tombent de leur côté de 21 M à 1,98 milliard d'euros. La chute est plus prononcée hors-UE (-24 %) que dans l'Union (-20 %), avec des montants respectifs relativement proches. L'Asie affiche cependant un recul notable de 30 %. Au classement des pays clients, seule la Turquie affiche une évolution positive (+5 %) sur la période observée.



**EXPORTATIONS FRANCAISES SUR LA PERIODE JANVIER - JUIN 2020**  
EN MILLIERS D'EUROS

	<b>Habillement</b> (Vêtements maille et chaîne et trame)		<b>Textile</b>	
		% de Variation 2020 / 2019		% de Variation 2020 / 2019
<b>Total</b>	3 872 965	-25%	1 982 012	-21%
<b>UE à 28</b>	2 278 701	-26%	1 034 136	-20%
<b>Extra UE</b>	1 594 263	-26%	947 877	-24%
<b>PPM (1)</b>	71 651	-39%	296 101	-23%
<b>Balkans (2)</b>	2 992	-19%	11 358	-15%
<b>Asie</b>	562 204	-21%	237 730	-30%
<b>Autres pays</b>	951 387	-29%	397 148	-9%

(1) Pays du Pourtour Méditerranéen

(2) Balkans occidentaux

	<b>Habillement</b> (Vêtements maille et chaîne et trame)		<b>Textile</b>		
		% de Variation 2020 / 2019		% de Variation 2020 / 2019	
<b>Allemagne</b>	492 996	-13%	<b>Allemagne</b>	219 382	-9%
<b>Italie</b>	466 781	-28%	<b>Belgique</b>	185 577	-25%
<b>Espagne</b>	463 840	-30%	<b>Tunisie</b>	170 886	-21%
<b>Royaume Uni</b>	319 911	-32%	<b>Chine</b>	144 347	-30%
<b>Belgique</b>	296 163	-24%	<b>Italie</b>	141 588	-29%
<b>États-Unis</b>	214 315	-27%	<b>Espagne</b>	128 103	-16%
<b>Hong Kong</b>	181 524	-23%	<b>États-Unis</b>	96 720	-8%
<b>Suisse</b>	176 373	-21%	<b>Maroc</b>	80 048	-32%
<b>Pays-Bas</b>	117 623	-42%	<b>Suisse</b>	77 906	-11%
<b>Chine</b>	111 358	-19%	<b>Royaume Uni</b>	75 769	-29%
<b>Japon</b>	92 385	-24%	<b>Pologne</b>	66 696	-21%
<b>Pologne</b>	88 405	-16%	<b>Pays-Bas</b>	63 975	-9%
<b>Portugal</b>	69 837	-23%	<b>Portugal</b>	38 065	-18%
<b>Corée du Sud</b>	69 501	-5%	<b>Roumanie</b>	37 587	-32%
<b>Singapour</b>	62 322	-21%	<b>Madagascar</b>	32 277	-23%
<b>Autriche</b>	44 823	-2%	<b>Turquie</b>	29 510	5%
<b>Émir. arabes unis</b>	40 169	-29%	<b>Tchèque Rép.</b>	27 987	-5%
<b>Russie</b>	39 815	-20%	<b>Autriche</b>	19 489	-15%
<b>Grèce</b>	32 212	-31%	<b>Bulgarie</b>	16 778	-22%
<b>Canada</b>	31 624	-27%	<b>Japon</b>	16 696	-21%

Entre chute de production en Asie et prudence sur les commandes en France, les importations d'habillement terminent quant à elles le trimestre sur un recul de 23 % à 7,73 milliards d'euros. Bien que moindres en quantité, les commandes intra-européennes ont moins baissé que celles venant d'ailleurs (-23 %). Si la Chine (-22 %) reste de très loin le premier fournisseur de l'Hexagone devant le Bangladesh (-28 %), il ressort des chiffres que la Birmanie sort grandie de la période, avec une hausse de 14%. La seule hausse du classement des pays.

Et les masques importés, dans tout ça ? "On observe que les importations françaises de masques qui sont inclus dans la catégorie textile (autres articles de matières textiles confectionnés) ont fortement accéléré les importations françaises de textiles depuis la Chine, le Vietnam mais aussi le Maroc" indique à FashionNetwork.com le

directeur de l'observatoire de l'IFM, Gildas Minvielle.

Ainsi, les importations françaises de textile ont explosé de 90 % pour atteindre les 6,4 milliards d'euros. Les matériaux venus de l'UE sont relativement stables (-3 %) à 1,7 milliard d'euros, là où ceux du reste du monde s'envolent de 195 %. Et pour cause : la Chine affiche, grâce aux masques, une hausse de 516 %, contre 465 % pour le Vietnam, et 156 % pour le Maroc (contre 48 % pour la Tunisie).

**IMPORTATIONS FRANCAISES SUR LA PERIODE JANVIER - JUIN 2020**  
EN MILLIERS D'EUROS

	<b>Habillement</b> (Vêtements maille et chaîne et trame)		<b>Textile</b>	
		% de Variation 2020 / 2019		% de Variation 2020 / 2019
<b>Total</b>	7 739 702	-23%	6 467 972	90%
<b>UE à 28</b>	1 789 576	-19%	1 737 537	-3%
<b>Extra UE</b>	5 950 126	-23%	4 730 435	195%
<b>PPM (1)</b>	1 120 909	-27%	324 189	20%
<b>Balkans (2)</b>	35 727	-22%	15 875	28%
<b>Asie</b>	4 500 423	-22%	4 175 022	281%
<b>Autres pays</b>	293 068	-20%	1 350 051	-180%

(1) Pays du Pourtour Méditerranéen

(2) Balkans occidentaux

	<b>Habillement</b> (Vêtements maille et chaîne et trame)		<b>Textile</b>		
		% de Variation 2020 / 2019		% de Variation 2020 / 2019	
<b>Chine</b>	1 808 403	-22%	<b>Chine</b>	3 569 785	516%
<b>Bangladesh</b>	1 032 104	-28%	<b>Italie</b>	345 023	-19%
<b>Italie</b>	594 925	-24%	<b>Allemagne</b>	279 390	-1%
<b>Turquie</b>	473 445	-23%	<b>Belgique</b>	242 165	3%
<b>Inde</b>	408 586	-29%	<b>Pays-Bas</b>	170 446	7%
<b>Vietnam</b>	370 225	-13%	<b>Pakistan</b>	160 903	5%
<b>Tunisie</b>	322 580	-28%	<b>Portugal</b>	147 474	21%
<b>Cambodge</b>	292 291	-18%	<b>Vietnam</b>	146 435	465%
<b>Maroc</b>	284 630	-32%	<b>Espagne</b>	141 567	-12%
<b>Allemagne</b>	194 297	-5%	<b>Tunisie</b>	129 922	48%
<b>Pakistan</b>	171 355	-12%	<b>Turquie</b>	128 744	-8%
<b>Portugal</b>	140 055	-25%	<b>Inde</b>	108 293	-24%
<b>Myanmar</b>	132 825	14%	<b>Pologne</b>	83 091	1%
<b>Royaume Uni</b>	106 778	-13%	<b>Royaume Uni</b>	72 189	-5%
<b>Pays-Bas</b>	92 897	-26%	<b>États-Unis</b>	56 550	-9%
<b>Bulgarie</b>	86 086	-19%	<b>Roumanie</b>	46 200	17%
<b>Roumanie</b>	84 235	-36%	<b>Maroc</b>	42 774	156%
<b>Indonésie</b>	78 037	-15%	<b>Japon</b>	40 511	-18%
<b>Sri Lanka</b>	72 446	-15%	<b>Corée du Sud</b>	40 420	-31%
<b>Belgique</b>	68 521	-23%	<b>Autriche</b>	38 608	-15%

Ces derniers chiffres pourraient être amenés à grimper de façon exceptionnelle au second semestre, du fait des commandes massives passées à la fin du printemps. Mais également en rapport aux nouvelles commandes effectuées face au spectre de la rentrée et d'une deuxième vague de contamination.

# Les avis Internet risquent de modifier la relation franchiseur-franchisé

JENNIFER MATAS Le 08/09 à 08:00

Un nombre trop important d'avis négatifs sur une activité franchisée publiés sur une plateforme en ligne peut conduire à l'annulation d'un contrat de franchise. - iStock

## JURISPRUDENCE/Des avis Internet négatifs relatant les fautes d'un franchisé peuvent justifier la résiliation du contrat de franchise. Une décision peu habituelle qui pourrait s'étendre.

Le tribunal arbitral a tranché le 16 décembre 2019 : des avis Internet négatifs mettant en évidence des fautes commises par un franchisé peuvent justifier la **résiliation de son contrat avec le franchiseur, aux torts exclusifs du franchisé**. Une décision qui pourrait faire **jurisprudence**.



Un nombre trop important d'avis négatifs sur une activité franchisée publiés sur une plateforme en ligne peut conduire à l'annulation d'un contrat de franchise. - iStock

« Il n'est pas encore fréquent que les contentieux s'appuient sur ce type d'éléments », souligne maître François-Luc Simon, avocat **associé**-gérant du cabinet Simon Associés. Pour prendre sa décision, le juge s'est notamment appuyé sur les nombreux avis négatifs déposés par les clients sur Internet et qui pointaient vers des fautes imputables au franchisé. Ce dernier demandait la nullité du **contrat de franchise** en invoquant un **chiffre d'affaires prévisionnel** annoncé par le franchiseur irréalisable. « Les écarts entre chiffre d'affaires prévisionnel et chiffre d'affaires réel constituent une part importante des litiges entre franchiseurs et franchisés, souligne l'avocat. Des franchiseurs mal intentionnés gonflent les chiffres pour pousser les candidats à signer. Il y aurait donc tromperie au démarrage de la relation, et donc vice du consentement qui se traduirait par la nullité du contrat de **franchise** avec, notamment, **restitution au franchisé de toutes les sommes versées** : droit d'entrée, redevances. » Dans cette affaire, les avis Internet ont toutefois étayé la position du franchiseur, qui estimait que le franchisé était en tort. De façon plus générale, les avis clients pourraient ainsi prouver qu'un franchisé ne respecte plus les standards imposés par le concept qu'il exploite, et ainsi justifier une résiliation.

## A l'appréciation du juge

Pour pouvoir être retenus par le juge, « les avis doivent être nombreux, cohérents et convergents », détaille François-Luc Simon. Difficile de s'appuyer sur des avis Internet lorsqu'ils sont, comme c'est souvent le cas, déposés anonymement ou sur des plateformes ou des sites Internet qui ne vérifient pas leur conformité. Pour s'assurer de leur véracité, il n'y a donc pour l'instant pas d'autres moyens que de déterminer s'ils sont suffisamment nombreux et majoritairement d'accord sur des points essentiels. Tout dépend donc de l'appréciation qu'en fera le juge. Dans cette affaire, il a choisi de retenir ces avis négatifs car ils étaient en très grand nombre et largement **majoritaires par rapport aux avis plus positifs**. Par ailleurs, tous portaient sur des types de fautes imputables au franchisé, comme par exemple la qualité du service ou encore le temps d'attente. « Il faut vraiment que ce soit représentatif et que cela porte sur des fautes inhérentes à l'activité du point de vente. Dans la **restauration**, ce

*seront par exemple l'hygiène, le service, la cuisine, le rapport qualité-prix, etc. », énumère François-Luc Simon.*

Pour l'instant, le système de notation et de dépôt d'avis clients sur Internet concerne principalement l'hôtellerie et la restauration. Avec notamment TripAdvisor comme plateforme centrale. Toutefois, il n'est pas exclu que d'autres secteurs soient bientôt touchés : les garages d'entretien et réparation automobiles, les salons de coiffure, les agences immobilières ou tout autre activité de **commerce** et service. « *Quasiment tous les consommateurs ont déjà consulté des avis Internet avant de se rendre dans un restaurant ou de réserver une chambre d'hôtel. L'avis client est devenu la nouvelle promesse, bien plus efficace aujourd'hui qu'une publicité. Cette **tendance** devrait donc progressivement glisser vers d'autres secteurs pour se généraliser* », analyse François-Luc Simon.

Les franchiseurs, qui portent l'image de leur marque sur le plan national et sont **garants de la bonne application du concept** par les franchisés sur la plan local, doivent donc aussi penser à surveiller les avis de consommateurs déposés sur les plateformes spécialisées.



# Le textile français veut créer 10 000 emplois par an

Elle a incarné les délocalisations depuis trente ans. L'industrie du textile croit à la possibilité de créer à nouveau des emplois. Grâce au Made in France, au numérique et à l'impression 3D.



Le 27 août 2020, Saint Pierre d'Entremont (Orne 61). Kiplay est une entreprise spécialisée dans les vêtements de travail mais produit aussi des jeans et des pantalons. | JÉRÉMIE FARO, OUEST-FRANCE

Ouest-France Patrice MOYON. Publié le 31/08/2020 à 10h00

La France file un mauvais coton. Entre 2006 et 2015, l'industrie a perdu 530 000 salariés selon l'Insee. Une lente glissade qui s'est accélérée à la suite de la crise de 2008-2009. Cette descente aux enfers, aucun autre secteur ne l'incarne autant que la filière textile et habillement. Entre 1996 et 2015, les deux-tiers des effectifs ont disparu et la production s'est effondrée de 51 %. Au cours de la même période, les importations françaises ont doublé.

Certes, toute l'Europe a été touchée par cette vague de délocalisations qui a vu la fabrication d'abord basculer vers les pays du Maghreb et la Turquie, puis vers l'Asie. Mais certains pays ont malgré tout mieux résisté. L'Allemagne n'a perdu que 25 % de sa valeur ajoutée contre 40 % pour la France.

Et si comme un vieux tissu qu'on ravaude, l'industrie du textile sonnait l'heure de la reconquête ? Tout y contribue. Et d'abord le virage amorcé lors du confinement. Avec les salariés, nous avons su nous mobiliser et faire la preuve de



notre réactivité pour fabriquer des masques et des surblouses. Les consommateurs ont aussi pris conscience des conséquences de la désindustrialisation , explique Marc Pradal, président de l'Union française des industries de la mode et de l'habillement (UFIMH).

C'est dans ce contexte que s'ouvre le Salon du *Made in France* le 1<sup>er</sup> septembre à Paris. [À deux jours de l'annonce du plan de relance de l'économie française](#), la petite centaine d'exposants, des survivants, veut faire la preuve que la partie n'est pas perdue. Entre 3 et 5 % des vêtements sont aujourd'hui produits en France. Si on doublait ce pourcentage, on pourrait créer entre 10 000 et 15 000 emplois par an , ajoute le président de l'UFIMH qui est aussi PDG de [Kiplay une PME familiale basé à Saint-Pierre-d'Entremont dans l'Orne](#).

## Des annonces cette semaine

En 2007, pour la première fois depuis plus de trente ans, le textile et l'habillement ont recommencé à créer des emplois : 2 100 cette année-là. Depuis, la tendance est au vert. Reste à passer à la vitesse supérieure. Nous avons fait trente-trois propositions pour moderniser l'outil de production. Et des annonces devraient être faites cette semaine dans le cadre du comité stratégique de filière.

Marc Pradal salue l'annonce de la baisse des impôts de production. Il demande aussi des mesures fiscales et le remplacement du Crédit impôt collection limité à 600 000 € par la possibilité d'avoir recours, comme l'automobile ou l'aéronautique », au crédit impôt recherche. Il plaide aussi pour des aménagements dans le cadre de la formation. Nous avons un système adapté à nos métiers. Ce n'est plus le cas depuis la réforme de la formation professionnelle.

L'urgence est également aux investissements dans le numérique, la cobotique (collaboration homme-robot) ou la robotique. Il faut continuer à jouer collectif, comme pendant la crise du Covid. La plateforme Savoir faire ensemble a su mobiliser 700 entreprises de textile et d'habillement pour fabriquer masques et surblouses. Elle continue désormais son travail pour mettre en relation des marques et des industriels et promouvoir le *Made in France*.

La France a déjà montré sa capacité à se réinventer. C'est le cas dans les textiles techniques destinés aux professionnels de la sécurité, à l'aéronautique, l'automobile et même la santé avec [ces artères tricotées destinées à remplacer des vaisseaux humains](#). Elle y occupe la deuxième place en Europe derrière l'Allemagne.

Tout reste possible. Mais un nouveau décrochage similaire à celui survenu en 2008-2009 pourrait porter le coup de grâce à un secteur qui emploie encore 100 000 personnes en France. Le textile et l'habillement doivent jouer sur tous les tableaux : investir, mais aussi former alors que la moyenne d'âge est aujourd'hui de 50 ans.

## Interview: Marc Pradal, Dirigeant de Kiplay/ Président de l'UFIMH

[NADÈGE RIGHIL](#)



[000](#)

Bientôt centenaire, la société familiale Kiplay conçoit, fabrique et distribue depuis 1921 des jeans et vêtements de travail, d'image et des tenues techniques, en France et en zone Euromed. Mais si l'habillement professionnel est le cœur de son activité, la société est fière de proposer depuis quelques années, et sous l'impulsion de la 4<sup>ème</sup> génération familiale, une collection sous sa marque Kiplay Vintage, des vêtements créés et fabriqués en France, inspirés du riche patrimoine de la PME, et réinventés pour être portés au quotidien.

**Président de Kiplay, et Président de l'Union Française des Industries Mode et Habillement (UFIMH), Marc Pradal est un irréductible optimiste.** Et il semble avoir toutes les raisons de l'être puisque d'une part sa Société a su se réinventer pour répondre aux besoins et rebondir avec agilité au cœur de la crise sanitaire, d'autre part la solidarité et les complémentarités ne semblent n'avoir jamais été aussi fortes entre tous les acteurs des filières textile-habillement français. Au lendemain d'une édition très attendue du salon Made in France by PV à Paris début septembre, les voyants semblent au vert pour une relance réelle de la fabrication française. Et si l'adage « seul on va plus vite, ensemble on va plus loin » s'avère souvent juste, alors les perspectives d'avenir semblent bien réelles.

**Marc Pradal** a accepté de revenir pour nous sur son expérience face à cette crise hors normes, mais aussi sur les ambitions affichées d'un secteur industriel tout juste redécouvert par le grand public, et qui compte bien valoriser ses atouts et sa force collective.

**Une crise agit souvent comme un révélateur de tendances ; quel bilan peut d'ores et déjà être établi chez Kiplay suite à ces quelques mois de crise très atypique ?**

Je pense que chaque crise, quelle qu'elle soit, est un accélérateur de tendances. Les entreprises qui se trouvaient dans une bonne dynamique sur leurs marchés trouvent au cœur des difficultés de nouvelles opportunités de développement, parfois très importantes, alors que les structures qui étaient déjà fragilisées vont faire face à une tendance à la baisse plus marquée, avec des développements et des marges de manœuvre plus impactés.

Chez Kiplay, nous avons déjà choisi un repositionnement vers le made in France bien avant cette crise du covid, avec une activité dédiée qui affichait une belle croissance de +40% en 2019. Les contacts que nous avons eu sur le salon la semaine dernière nous confortent dans l'idée que cette tendance devrait continuer de façon positive. Cette dynamique devrait nous permettre de compenser l'impact réel que nous connaissons sur l'activité vêtements professionnels, qui a, elle, subi la suspension ou le report des appels d'offres avec l'arrêt de l'activité économique de certains secteurs. Enfin, la fabrication de masques nous a permis de traverser la crise tout en participant à l'effort collectif et national de protection des personnes. C'est une activité importante, sur laquelle nous avons déjà quelques réassorts en commande.

De façon plus globale, si la tendance de la rentrée se confirme, nous nous dirigeons vers un bilan 2020 quasi équivalent à l'année 2019 à minima, ce qui est une réelle satisfaction pour l'ensemble des collaborateurs de Kiplay, une belle récompense de leur engagement. Malgré tout, nous sommes actuellement dans une période charnière, puisque je transmets progressivement les pouvoirs de direction à mes trois enfants déjà investis au sein de l'entreprise. Je leur ai donc demandé de repenser le business model, et d'investir dans de nouvelles activités, de nouveaux développements, afin mieux garantir notre indépendance face aux nouveaux risques, sanitaires et économiques, que nous pourrions connaître.

### **Le “fabriqué en France” est un relais de croissance fort de la filière habillement, comment le valorisez-vous chez Kiplay ?**

En tout premier lieu, nous nous faisons plaisir et cela change tout ! Lorsque nous avons démarré notre réflexion autour du vêtement professionnel et du jean, avec Kiplay Vintage, nous avons « chiné » dans nos anciens modèles, nos archives, tous ces détails authentiques et la qualité qui faisaient d'un habit professionnel le vêtement de toute une vie. Pas de marketing vide de sens ici, nous sommes au cœur de l'ADN de la Société. Kiplay Vintage est une marque intemporelle, une vitrine de notre savoir-faire bientôt centenaire, puisque que nous célébrerons l'année prochaine les 100 ans de Kiplay, autour de nombreux projets, des expositions d'archives, un livre photo...



A l'heure où le terme de relocalisation est très majoritairement utilisé, je préfère parler de réindustrialisation de la filière. Chez Kiplay, c'est peut-être même encore plus

atypique, puisque nous n'avons pas relocalisé mais plutôt développé notre concept autour du made in France : les clients viennent nous rencontrer, découvrir notre savoir-faire, et nous leur suggérons des pistes de création, de développement. Nous mettons notre expertise à leur disposition .

Nous avons souvent tendance à l'oublier mais la valorisation du « fabriqué en France » n'est possible que par la valorisation de l'humain, des collaborateurs dans nos ateliers, les talents que nous recrutons et formons, des entrepreneurs qui s'engagent dans l'aventure...et comme il est important de retrouver le positif dans toute crise, ces derniers mois soulignons que nous nous sommes tous retrouvés autour de valeurs humaines indéniables.

Alors même que depuis quelques années, nous constatons tous une demande accrue des consommateurs en termes de transparence sur les conditions de fabrication des produits, notamment des vêtements, les jeunes générations ont découvert de belles histoires d'entreprises à travers « l'épisode des masques », avec des personnels et des dirigeants engagés altruistes et combatifs, des expertises agiles et accessibles en circuits courts, des volontés de s'inscrire dans une durabilité des projets et des produits.

### **Est-ce finalement le collectif qui permet aujourd'hui à la filière textile-habillement de rebondir, et qui lui permettra de grandir encore ?**

Je suis encore aujourd'hui positivement stupéfait par l'agilité, la mobilité, l'engagement de nos entreprises autour des masques grand public. C'est très intéressant de souligner l'aspect psychologique de cette dynamique : chacun, chacune d'entre nous a été capable en un temps très court de remettre totalement en question son activité, ses process, pour s'adapter à une situation extraordinaire, au sens propre du terme. L'aventure Savoir Faire Ensemble, initiée sous l'impulsion du Comité Stratégique de Filière « Mode et Luxe », est une des représentations bien réelles de ces belles histoires.

Notons par ailleurs une mobilisation sans précédent de couturières à domicile, qui ont accepté dans la plupart des régions françaises de se mettre au service des entreprises engagées volontairement dans la fabrication de masques en manque de mains expertes et qui pourront pour certaines continuer à offrir leurs services – quasiment du télétravail spécifique ! Ce réservoir de savoir-faire représente une grande partie de l'ADN de la confection française, et il répond au besoin d'expertises locales afin de reconstruire demain des circuits courts.

Lors du salon Made in France, la Maison du Savoir Faire et de la Création a organisé un Hackathon, avec pour objectif d'apporter des réponses concrètes à huit marques souhaitant produire tout ou partie de leurs futures collections en France, et ce grâce à l'engagement d'experts du made in France. Une nouvelle fois, c'est la mobilisation d'un collectif qui permet à un instant T de trouver des solutions économiquement viables .

Nous avons, ces dernière semaines, pu bénéficier d'une vraie visibilité auprès du grand public, et c'est lui nous porte aujourd'hui, alors même que nos professions n'étaient pas assez écoutées, entendues, ni même reconnues par l'ensemble de la société française et des acteurs publics. Nos forces vives sont incroyables et nous pouvons compter sur elles, tel est le message que l'opinion publique a reçu, compris, et qu'elle porte aujourd'hui.

Me concernant, étant plutôt d'un naturel optimiste, je ne peux prochainement terminer mon mandat de président de l'UHIMH que satisfait et heureux de voir les syndicats, fédérations, acteurs de l'innovation, entreprises...bref les filières textile et habillement travailler ensemble, échanger et s'écouter. L'histoire n'est pas finie, celle-ci ne fait que commencer !

**Concernant Savoir Faire Ensemble, là aussi l'histoire n'est pas finie, pouvez-vous nous en dire quelques mots ?**

Effectivement, l'énergie déployée dans l'aventure a été telle que nous souhaitons pour un certain nombre d'entre nous essayer de garder cette belle dynamique active et « sans frontières ». Une association vient donc tout juste d'être officiellement créée, sous la présidence de Guillaume Gibault, président du Slip Français, avec trois vice-présidents et un conseil d'administration composé de 14 chefs d'entreprises.

Nous sommes tous volontaires pour porter le projet, qui à ma connaissance est un des rares à rassembler les filières, en complément du travail mené par les fédérations et syndicats professionnels, autour d'un objectif commun : valoriser la fabrication 100% française de vêtements et produits textiles, notamment grâce au label officiel Savoir Faire Ensemble. Si le masque a été le déclencheur et le produit fédérateur, les actions de l'association sont maintenant tournées vers d'autres produits. Les Galeries Lafayette se sont d'ailleurs engagées à nos côtés et proposent depuis le 2 septembre dernier un T Shirt fabriqué en France labellisé SFE. Autre motif de satisfaction, plus d'une centaine adhésions à l'association ont déjà été enregistrées en moins de deux semaines, c'est un signal fort très encourageant pour la suite.



## **Quels sont les actes prioritaires que vous attendez de la part des institutions, pour soutenir le textile -habillement français ?**

Au sein du Comité Stratégique de Filière « Mode et Luxe », la Commission Relocalisation/Réindustrialisation initiée par l'UFIMH a travaillé et multiplié les échanges pour élaborer en un temps record une stratégie de relocalisation et de réindustrialisation de la filière, et pour pouvoir soumettre 33 mesures prioritaires au Gouvernement début juillet 2020.

La Commission continue de travailler avec les services de l'Etat, et dans la continuité du plan de relance qui vient d'être officiellement annoncé par le Premier Ministre, nous devrions avoir des annonces officielles concernant notre secteur d'activité d'ici la fin de l'année 2020.

## **L'amélioration de l'outil industriel est un point soulevé dans ce rapport : le besoin d'aller plus rapidement vers l'usine du futur , une usine agile et numérique, devient-il encore plus urgent pour garantir une certaine indépendance française dans le secteur textile-habillement ?**

A travers cette récente crise, nous nous sommes indéniablement tous mutuellement redynamisés. Cela a été le cas pour nos entreprises, mais aussi par exemple pour notre centre technique industriel, l'IFTH, avec des équipes qui ont su répondre à l'urgence, être présentes et rester mobilisées pour nous donner en un temps record la possibilité de tester nos masques, de rédiger et mettre à notre disposition des documents techniques ou de mise sur le marché.

Cela a été possible sous la pression, mais a clairement révélé notre besoin d'avoir des mises à jour systématiques de nos process, comme cela est fait en Tunisie par exemple, et d'accompagnement des entreprises pour les aider à choisir et investir dans les nouvelles technologies numériques, le suivi et la traçabilité de l'information...

La question fondamentale à se poser est simple : pourquoi notre mode de fonctionnement actuel, basé sur des produits fabriqués dans des conditions discutables en Asie, et demain en Afrique, aboutit à une telle hypocrisie sur les prix que 50% des vêtements vendus en rayons finissent soldés, invendus, puis très souvent incinérés ?

Repensons nos process et nos modes de consommation pour ne fabriquer que ce dont nous avons réellement besoin, avec des circuits plus courts, européens, nord-africains, et

autant que possible français. C'est une nouvelle culture à construire, les planètes sont maintenant alignées pour y croire et le réaliser, mais il faut s'en donner les moyens. Cela passe prioritairement par un travail à faire sur nos outils, dans nos bureaux d'études, sur des plateformes collaboratives, pour arriver à améliorer notre réactivité d'une part dans la mise au point, d'autre part dans la production elle-même. Nous en sommes capables, et je suis optimiste...rendez-vous dans cinq ans pour faire le bilan de nos progrès !

*Propos recueillis par N. Righi – 08/09/2020*

# Industrie de la mode : les effets (très) limités du recyclage des textiles

2 septembre 2020,

Auteur



1.

**Edith de Lamballerie**

Doctorante en sciences de gestion, Université Paris Dauphine – PSL



Seulement 38 % des 2,6 milliards d'articles de mode mis en vente chaque année en France sont collectés après usage. Ici, une employée du centre de recyclage de la coopérative le Relais à Bordeaux (2019). Georges Gobet / AFP

Selon l'Agence de la transition écologique (Ademe), plus de 100 milliards de vêtements sont aujourd'hui vendus chaque année dans le monde et la production de l'industrie de la mode a doublé entre 2000 et 2014. Nous achetons aussi en moyenne 60 % de vêtements de plus qu'il y a 15 ans.

Cet emballement de la production et de la consommation est problématique à plusieurs niveaux, notamment pour les industriels qui doivent gérer des stocks de vêtements qui ne trouvent pas d'acheteurs, ainsi que pour les consommateurs et les consommatrices qui ont dans leurs armoires des quantités de vêtements les envahissant et dont ils ne savent plus que faire.

Trois solutions en « R » sont alors envisageables : réutiliser (en donnant une nouvelle utilité au vêtement par le don, l'échange, la revente), réparer et recycler. Le recyclage des textiles est de plus en plus mis en avant dans le débat public, notamment en France avec la loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire.

La solution peut paraître séduisante car déculpabilisante. Or, la réalité n'est pas si simple.

## Surproduction et surconsommation

Prenons un exemple. En 2016, le quotidien britannique The Guardian se penchait sur l'opération World Recycle Week de H&M pour laquelle la firme déclarait avoir récolté 1 000 tonnes de vêtements. Si l'on se base sur ces chiffres et l'état actuel des technologies de recyclage (sur lesquelles nous reviendrons), selon la journaliste, il faudrait 12 ans à H&M pour utiliser les vêtements récoltés.

En revanche, les 1 000 tonnes collectées équivalent à peu près à la quantité de vêtements qu'une telle marque commercialise en 48 heures. En l'état des choses, c'est-à-dire au vu de la surproduction de l'industrie de la mode et du fait des limites technologiques, le recyclage des textiles ne saurait donc être

Plus de 100 milliards de vêtements sont vendus dans le monde. La production a doublé entre 2000 et 2014<sup>1</sup>.

En France, le secteur de l'habillement génère 150 milliards d'euros et représente 1 million d'emplois<sup>2</sup>.

En France, 624 000 tonnes de TLC (Textiles d'habillement, Linge de maison et Chaussures) sont mis sur le marché (2,6 milliards de pièces) soit environ 9,5 kg par an et par habitant dont 3,6 kg de TLC par habitant sont collectés et triés soit plus de 239 000 tonnes<sup>3</sup>.

La mode émet 1,2 milliard de tonnes de gaz à effet de serre chaque année<sup>4</sup>. Son impact est plus important que les vols internationaux et le trafic maritime réunis<sup>5</sup>.

Pour fabriquer un tee-shirt, il faut l'équivalent de 70 douches. Et pour produire un jean, c'est 285 douches<sup>6</sup>.

Lors de l'entretien de nos vêtements synthétiques en machine, on estime que 500 000 tonnes de micro particules de plastiques sont relâchées chaque année dans l'océan soit l'équivalent de plus de 50 milliards de bouteilles en plastique<sup>7</sup>.

En moyenne une personne achète 60 % de vêtements en plus qu'il y a 15 ans et les conserve moitié moins longtemps<sup>8</sup>.

Aujourd'hui, moins de 1 % des tissus qui composent nos vêtements sont recyclés pour en faire de nouveaux<sup>9</sup>.

4 % de l'eau<sup>10</sup> potable disponible dans le monde est utilisée pour produire nos vêtements<sup>10</sup>.

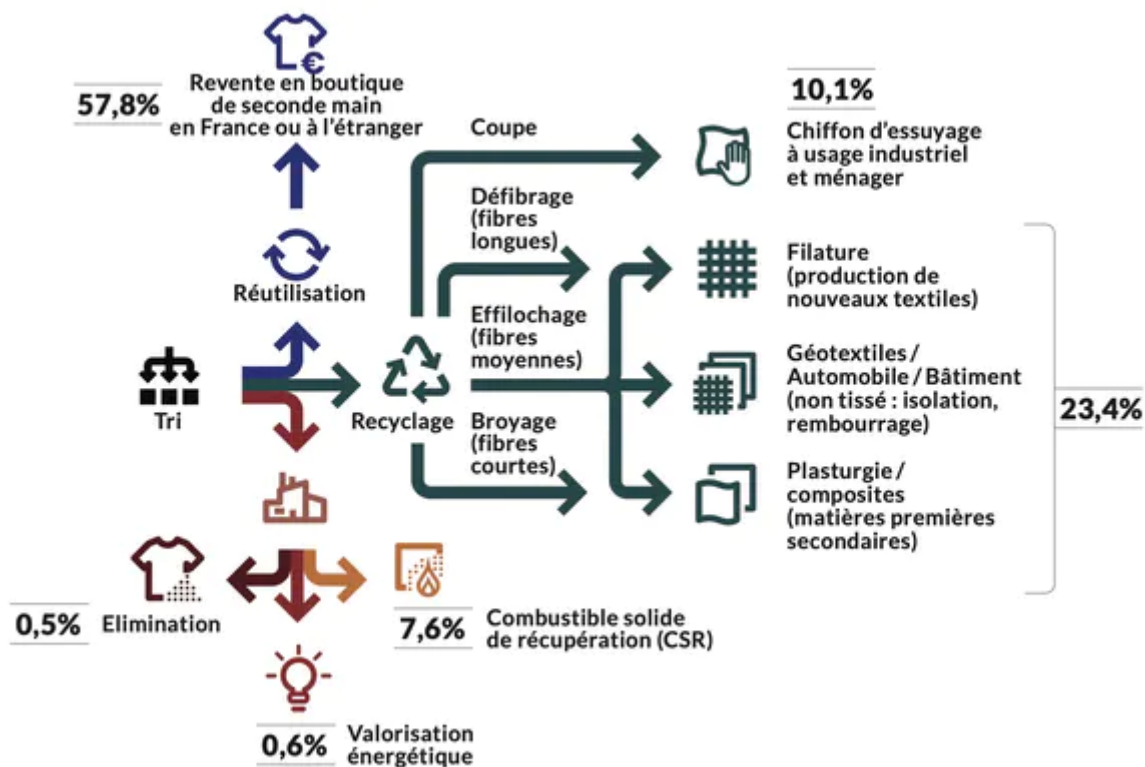
La consommation de textile en quelques chiffres. « Le revers de mon look », Ademe (2019)

la solution aux problèmes de surproduction et de surconsommation de l'industrie de la mode.

## Downcycling

Au delà de la surproduction, la première limite conduisant à ce constat est le downcycling, ou sous-cyclage. Selon l'éco-organisme agréé d'État Eco TLC, chaque année en France 2,6 milliards d'articles de mode sont mis en vente, et l'équivalent de 38 % de cette quantité est collecté. Sur les 239 000 tonnes collectées, 33,5 % sont transformés pour être recyclés, le reste est destiné à la réutilisation ou à l'élimination.

Le terme « recyclés » regroupe alors des réalités disparates : 10 % de ces textiles sont découpés pour faire des chiffons, les 23,4 % restants subissent un processus de recyclage afin d'entrer dans la composition d'une nouvelle matière.



La technologie de recyclage dominante, le recyclage mécanique, permet très majoritairement de produire des fibres de longueur plus courte qui vont être de moins bonne qualité que les fibres vierges. En conséquence, les articles qui pourront être produits à l'aide du recyclage seront de moindre valeur que l'article initial, des vêtements deviendront par exemple des matériaux d'isolation ou des rembourrages de matelas.

Du fait de cette part majoritaire du downcycling, le textile recyclé ne représente aujourd'hui qu'environ 1 % du flux de matières textiles utilisées dans la production de vêtement.

Enfin, quand bien même une offre de vêtements en textile recyclé existe, la grande majorité des vêtements proposés n'est pas en 100 % textile recyclé car il est souvent nécessaire de combiner fibre recyclée et fibre vierge pour arriver aux standards qualitatifs du marché. C'est pour cette raison qu'il faudrait 12 ans à H&M pour « écouler » les 1 000 tonnes de vêtements récoltés.

## Recyclabilité et « mélanges monstrueux »

La seconde raison est la question de la recyclabilité des vêtements. Le tri est souvent présenté comme la première étape du recyclage mais il faut pour que le tri soit possible que les industriels de la mode aient fait le choix de matériaux recyclables et d'une confection qui permette le recyclage. Le recyclage est donc aussi une problématique qui incombe aux industriels.

Pour qu'un vêtement soit facilement recyclable, il est nécessaire de prendre en compte un certain nombre de paramètres, notamment le choix du fil. Un textile composé de fibres d'une seule matière (exemple : fil 100 % coton, fil 100 % polyester) sera plus facilement recyclable que des textiles composés de fibres multimatières, que certains auteurs vont jusqu'à qualifier de « mélanges monstrueux » tant ils rendent le recyclage plus complexe.

Aujourd'hui, les mélanges coton-polyester entrent dans la composition d'environ un tiers des vêtements produits et peu d'entreprises sont à même de les recycler.





Ensuite, les choix de confection et d'embellissement peuvent aussi rendre le recyclage plus complexe ; les boutons, fermetures éclair et autres incrustations de strass devant être retirés pour que le textile soit recyclable.

## Idéalisation du recyclage

Il faut en outre souligner que le recyclage reste un processus technologique que les consommateurs et les consommatrices peuvent avoir tendance à idéaliser.

En effet, le recyclage n'est pas neutre. Il s'agit d'un processus technologique qui consomme des ressources notamment énergétiques, qui peut aussi être polluant par le rejet d'émissions et le recours à des produits potentiellement dangereux pour la santé et néfastes pour l'environnement.

Ensuite les consommateurs et les consommatrices n'ont pas à l'esprit que seule une infime partie des acteurs de l'industrie peut prétendre au « recyclage en boucle fermée » et au « recyclage à l'infini », qui restent très difficilement atteignables au vu des volumes de l'industrie du textile et de la nature des articles produits. En l'état, l'écrasante majorité des technologies de recyclage ne permet pas de se passer d'apport de matières vierges pour compenser à la fois la dégradation des matières dans le processus de recyclage et les pertes en matière inhérentes au processus.

Enfin, s'il est vrai que même les procédés de recyclage les plus gourmands en énergie et en ressources consomment malgré tout moins que la

production de nouveaux articles en matières vierges, cela ne doit pas nous faire oublier pour autant qu'il existe des solutions qui consomment très peu et ont un impact bien moindre. Il s'agit des autres « R » qui accompagnent le recyclage : réutiliser et réparer, auxquels on peut aussi ajouter refuser et réduire.

Si l'industrie de la mode continue sa trajectoire, les ventes totales de vêtements pourraient atteindre 175 millions de tonnes en 2050, soit plus de trois fois le volume actuel. Si cette tendance devait se vérifier, la question des déchets textiles deviendrait de plus en plus critique. Plutôt que de consommer toujours plus de vêtements dont une part croissante composée de matières recyclées nous pourrions, en tant que consommateurs et consommatrices, nous tourner vers les autres « R ».

Chercher en premier lieu à consommer les vêtements de manière plus modérée, privilégier la seconde main, échanger, donner, faire réparer, apprendre à réparer. Comme ont à cœur de le rappeler les activistes de Fashion Revolution, « le vêtement le plus durable est celui qui se trouve déjà dans votre garde-robe ».

*Cet article a été écrit sous la supervision de Valérie Guillard, professeure des Universités à l'Université Paris Dauphine*

## Des t-shirts en coton recyclé, une première en Europe

08 SEPTEMBRE 2020 - 15:42 |

PAR [COMMODAFRICA](#)



@ CETI

Le Centre européen des textiles innovants (CETI) et la marque de vêtement pour enfants Okaidi du groupe IdKids viennent de mettre au point une première série de t-shirt en coton recyclé, qui sera disponible à partir de 15 septembre. Résultat de trois ans de recherche et de développement au sein du démonstrateur de recyclage mécanique du CETI (Lire : [En France, inauguration du premier démonstrateur pour recycler le coton](#)), le fil en 100% coton est composé de 60% de fibres issues du recyclage de vêtements usagés en coton et de 40% de fibres de coton vierge biologique.

Les vêtements usagés ont été fournis par l'entreprise suisse spécialisée dans l'économie circulaire Texaid. La filature et le tricotage ont confiés à deux usines françaises basées dans les Hauts de France, Textile des dunes et la Manufacture française du textile, pour diminuer l'impact des transports mais aussi faciliter la traçabilité.

Avec ce nouveau produit, le CETI et Okaidi ambitionnent de créer un circuit d'économie circulaire autour du coton afin de réduire l'impact environnemental de cette matière première et de valoriser un gisement de vêtements usagés de proximité.

# Brands shifting apparel sourcing to India: Report

**04**

Sep '20



Pic: Shutterstock

As global fashion brands look at alternatives to China for their sourcing needs, they have started placing more orders with Indian companies, especially with textile manufacturers in Tamil Nadu. To make the most of the opportunity, apparel manufacturers are expecting government support, and are also exploring joint ventures with Korean and Taiwanese firms.

Tiruppur-based Warsaw International has received an order for supply of some jerseys to a German leisure wear brand. Warsaw's proprietor Raja M Shanmugam, who is also the president of Tiruppur Exporters' Association (TEA) feels the order is a litmus test and would open gates for more brands to increase their sourcing from India, according to a report in today's *Times of India*.

When companies opened after the lockdown was relaxed, global buyers told them that they will source more from the country this year compared to the previous years, the report says quoting P Nataraj, MD of KPR Mills, who is also the chairman of the Coimbatore-based The Southern India Mills' Association (SIMA).



However, Indian textile value chain is not strong in manmade fibre (MMF) sector, as it is in natural fibres. To make good of the opportunity, Indian companies will need to work on developing MMF fabrics and garments, for which they are exploring joint ventures with South Korean and Taiwanese companies, mentions the *Times of India* report quoting Apparel Export Promotion Council (AEPC) chairman A Sakthivel.

Chinese companies produce at scale, and in order to compete and bag more orders, Indian textile and garment makers would also need a lot of support from the government, in terms of finance, labour and infrastructure, the report quotes SP Apparels MD P Sunder Rajan as saying.

## India and japan approves MoU for good quality textiles

PUNJAB NEWS EXPRESS | September 05, 2020 11:40 AM

**NEW DELHI:**The Union Cabinet chaired by the Prime Minister, Shri Narendra Modi has approved for signing of a Memorandum of Understanding between Textiles Committee, India and M/s Nissenken Quality Evaluation Centre, Japan for improving quality and testing of Indian textiles and Clothing for the Japanese market.

The MoU would enable M/s Nissenken Quality Evaluation Centre, Japan in assigning Textile Committee as their cooperative Testing and Inspection service providers in the Republic of India for Textiles & Apparel products including Technical Textiles and any other products mutually agreed upon at a later date for both domestic and overseas clients/buyers.



# COVID-19 aggravates outdated Indonesian textile industry

**01**

Sep '20



Pic: Shutterstock

The novel coronavirus pandemic has aggravated issues related to competitiveness in the Indonesian textile industry, as people are buying fewer clothes due to falling incomes. The textile and garment industry contracted by 14.23 per cent year on year (YoY) in the second quarter of this year as domestic and global demand slowed, compared to an annualised growth rate of 20.71 per cent in the corresponding period in 2019, according to Statistics Indonesia (BPS).

The textile industry contracted more than the manufacturing industry, which shrank by 6.19 per cent YoY in the second quarter of this year.

According to researcher Redma Gita Wirawasta at the Indonesian Textile Institute (Indotex), the country's textile industry is less competitive than those of other nations primarily because of high energy and logistics costs, low productivity, multilayered value-added tax regime from the upstream to the downstream and low-tech machinery, an Indonesian newspaper reported. Wirawasta was addressing a webinar recently.

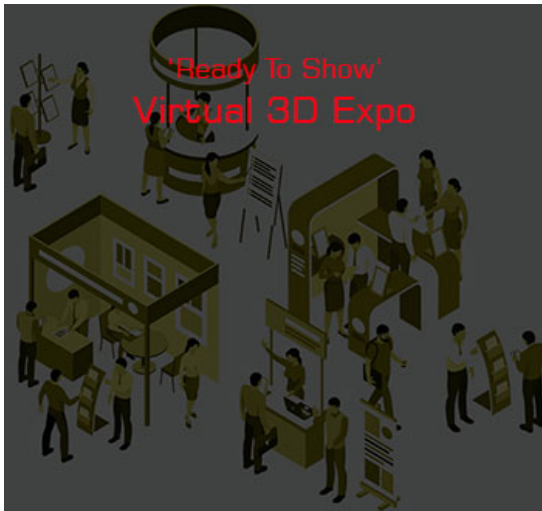
The continued use of outdated machinery corresponded with the investment data, which showed that the majority of investment funds had been channeled toward developing new buildings and not to upgrading machinery and equipment, economist Faisal Basri of the Institute for Development of Economics and Finance (INDEF) said during the virtual discussion.

Machinery and equipment investment fell by 12.87 per cent YoY in the second quarter as the pandemic caused the Indonesian economy to contract for the first time since the 1998 Asian financial crisis. The economy contracted by 5.32 per cent in the second quarter as household consumption and investment declined in the fallout from the COVID-19 crisis.

In addition to shrinking investment, the health crisis also caused household spending on clothing, footwear and garment maintenance services to decline at an annual rate of 5.31 per cent. It is the third deepest annualized decline in spending, after restaurants and hotels, and transportation and communications.

THURSDAY, 03 SEPTEMBER 2020 13:13

## READY TO SHOW-VIRTUAL 3D EXPO TO HELP TRADE NAVIGATE IN COVID19 ERA



**"Due to global pandemic, the year 2020 will see a massive drop in travels, a digital platform that can facilitate the same trade relations and business networking will be a boon for the industry."**

So given all that *'Ready To Show Virtual 3D Expo'* a global 4 days of high season exposure and visibility to be held on Oct.,6-9th 2020. Organised by Tortona Design & Fashion Italy 'A veteran organiser in Textile space'. A fair characterised by 'For Italian & European Buyer in the glorious past'. A unique platform mainly for NON-EUROPEAN producers, Ready Made Garments of all kinds, Fashion accessories like Shawls, Scarf, Stoles, Fashion Jewellery and Handicrafts, Fashion and Apparel Fabrics are all expected out of Asian Countries, ASEAN Countries amongst other Geographies notably Mauritius etc.

### BOOTH FEATURES FOR EXHIBITORS ARE ALL NEW AGE WHAT VIRTUAL EXPO CAN POTENTIALLY OFFER

Event presents an excellent opportunity to connect, interact and conduct business with buyers, brands & retailers. Extensive promotion of the Virtual Trade Expo through different mediums – web, social, e-mailers and more is very aptly designed aiming at making the exercise business friendly & meaningful.

It clearly has a USP of connecting the exhibitors with 'Selected Buyer' along with all details for each participant, according to the product. It also has pre-arranged B2B Business meetings to make it a wholesome approach.

Additionally features like Webinars & Conferences are all there & in nut shell it is to ensure 'Unique Virtual Experience Is Assured' and surprisingly all this comes at a very affordable price intended to support trade in these trying times.

## TEXTILE : 70% DES ENTREPRISES DU SECTEUR N'ONT PAS BÉNÉFICIÉ DE "DAMANE RELANCE"

Écrit par : Lamiae Boumahrou 10 septembre 2020



**La pandémie détériore la situation du secteur du textile qui fait face à une déviation importante des commandes vers d'autres destinations. L'AMITH tire la sonnette d'alarme et appelle le gouvernement à agir. Voici ses propositions.**

Le textile passe par des moments difficiles. La pandémie n'a fait qu'aggraver davantage la situation d'un secteur fortement impacté bien avant le début de cette crise sanitaire. Rappelons que les opérateurs avaient tiré à plusieurs reprises la sonnette d'alarme vers le début de l'année en cours pour alerter sur les retombées de l'Accord de libre-échange avec la Turquie.

L'AMITH avait dénoncé en janvier 2019 une situation qui devenait intenable face à l'invasion turque. Et comme si cela ne suffisait pas, la pandémie en a rajouté une couche épaisse. Et pour cause en plus de la conjoncture mondiale et nationale, les opérateurs du textile ont été obligés de fermer à cause des foyers industriels qui se sont développés dans les unités de production. Des décisions de fermeture sans préavis que la CGEM dénonce aujourd'hui eu égard à l'impact sur les carnets de commandes. Mehdi Tazi, vice-président de la CGEM a souligné que sur les 50 plus grands pays exportateurs de textile, le Maroc est celui qui s'est le moins bien comporté. « *La baisse des exportations a été plus forte chez nous qu'elle ne l'ait été dans d'autres pays* », a-t-il souligné.

Pour donner un ordre de grandeur, c'est 42% de baisse des exportations marocaines de textile contre 11% pour la Chine.

Certes la baisse est importante et risque de l'être davantage pour un secteur qui espérait renouer avec la croissance. Les opérateurs attribuent cette baisse à la

conjoncture imposée par la pandémie étant donné que les industriels n'ont travaillé que 6 mois avec une capacité de 50% durant les 3 derniers mois (**juin à août**). En effet, face aux décisions de fermeture, qui incombent également à la responsabilité des entreprises n'ayant pas respecté tout à fait l'application des mesures barrières, les donneurs d'ordre internationaux réorientent leurs commandes vers d'autres destinations à savoir : la Turquie, le Vietnam, le Myanmar...

Un problème qu'avait soulevé l'**AMITH il y a 8 mois après avoir constaté** que les Turcs non seulement gagnaient du terrain au niveau local mais piétinaient également sur les marchés à l'export des entreprises marocaines.

Rappelons que les opérateurs marocains étaient confrontés à la dévaluation de la monnaie turque par rapport au dollar, ce qui rendait les exportations marocaines plus *chères et moins compétitives*. C'est ce qui explique en partie l'orientation des commandes des donneurs d'ordre vers d'autres destinations. Face à cette situation, le ministère de l'Industrie avait enclenché le processus de révision de l'Accord dans l'objectif de stopper l'hémorragie. A ce jour nous ne savons pas où en sont les négociations avec la partie turque.

### **Les doléances de l'AMITH**

Pour prendre le pouls du secteur nous avons contacté le président de l'**AMITH, Mohammed Boubouh** qui nous a affirmés que le secteur passe par des moments difficiles. Cette situation est également attribuée au fait que le deuxième client du Maroc en l'occurrence la France est en crise. « *Aujourd'hui nous saluons les efforts déployés par le gouvernement en faveur des entreprises à travers le Fonds Covid. Toutefois, il est impératif d'adopter rapidement des mesures pour soutenir davantage le secteur* », précise le Président de l'**AMITH**.

Il appelle le gouvernement à, tout d'abord, trancher sur la question du Smig. « *Nous devons avoir de la visibilité sachant que sans l'aval du Chef du gouvernement, les entreprises ne peuvent pas prendre la décision de reporter une décision gouvernementale publiée dans le bulletin officiel* », a insisté **Mohammed Boubouh**. En d'autres termes, le report de l'augmentation du Smig de 6 mois voire une année comme le sollicite la CGEM ne peut se faire sans une décision gouvernementale après concertation avec tous les intervenants dans le cadre du dialogue social.

Autre doléance de l'AMITH, la suspension pour 2 ans des charges patronales à la CNSS ou une révision du taux de cotisation pour le secteur textile. Aussi, le secteur appelle-t-il le déblocage urgent du remboursement de la TVA afin de soulager les trésoreries et permettre aux industriels de souffler.

4ème doléance est la révision des conditions d'éligibilité pour accéder au crédit « **Damane relance** ». D'après M. Boubouh, 70% des entreprises du secteur textile n'ont pas bénéficié du dispositif d'accompagnement en raison des conditions trop contraignantes. Dernière revendication, l'AMITH appelle l'administration fiscale à repousser le moratoire de paiement pour les entreprises ayant fait l'objet d'un redressement fiscal.



## LE PATRONAT DEMANDE UN DÉLAI DE 6 MOIS POUR LA HAUSSE DU SMIG

Par [Rachid Al Arbi](#) le 10/09/2020 à 22h52



Kiosque360. La priorité du moment pour la CGEM est de sauver les emplois. Ce qui a leurs yeux est incompatible avec la hausse du SMIG. Ils demandent donc un report de 6 mois et la généralisation de l'IPE à tous les secteurs, sur la même période.

Les patrons ne veulent pas de la hausse du SMIG. Dans son édition du jour, *lesecos.ma* soutient que les opérateurs campent fermement sur leur position demandant «au gouvernement et aux partenaires sociaux, qui se réuniront prochainement, de repousser de six mois la hausse du SMIG, déjà effective dans certains secteurs».

Ils proposent, selon le quotidien, de la remplacer par une indemnité pour perte d'emploi (IPE) généralisée à tous les secteurs sur six mois. Une manière pour le patronat de participer à l'élan de solidarité puisque l'IPE est financée aux 2/3 par les patrons et le reste par les salariés.

Le journal précise que la priorité sera donnée aux secteurs en grande difficulté et particulièrement aux TPME autres que celles du tourisme comme celles du textile, de la restauration, de l'événementiel, de l'enseignement privé, du commerce ... Il s'agit principalement de «TPME qui composent notre tissu entrepreneurial qu'il faut appuyer et accompagner au regard de leur rôle moteur dans l'équilibre socio-économique», relève le journal.

Aujourd'hui, la priorité est de sauver des emplois, ce qui est aux yeux des patrons incompatible avec la hausse du SMIG qui risque de fragiliser certains secteurs et de faire flamber les pertes d'emplois. «Cette hausse pourrait avoir des conséquences sur l'informel, qui représente déjà 50% de l'économie marocaine», avance-t-il assurant que seuls 250 millions de DH sur 500 millions de DH consacrés à l'IPE sont à ce jour consommés.

Aujourd'hui, il est demandé à l'État de participer également au financement de l'IPE et d'essayer d'alléger les conditions d'accès, ce qui permettra à un plus grand nombre d'en bénéficier. Le patronat est convaincu, comme le relève *lesecos.ma* que la croissance passera par la consommation. D'où l'importance de relancer la demande intérieure qui ne pourra être stimulée que par les entreprises marocaines. Il faudra pour ce faire qu'elles «revoient leurs produits notamment en travaillant sur des propositions de substitution aux importations».

## Les franchisés «redressés» sur les royalties

Par [Hassan ELARIF](#) | Edition N°:5838 Le 08/09/2020 | Partager

Elles sont intégrées dans la détermination de la valeur et donc des droits de douane

Une procédure qui contribue au renchérissement des importations

Depuis mai dernier, plusieurs importateurs invités à passer à la caisse

### **B. Conditions requises pour l'inclusion des redevances dans la valeur en douane.**

#### **1° La redevance doit être en relation avec les marchandises importées.**

D'une manière générale l'analyse des dispositions des accords éventuellement conclus entre l'acheteur et le vendeur, ainsi que des correspondances échangées entre les parties, permet de déterminer si, effectivement, les redevances versées se rapportent aux marchandises importées.

Pour établir si une redevance se rapporte aux marchandises importées, il y a lieu, le plus souvent, de rechercher les motifs pour lesquels elle est versée, c'est-à-dire de s'interroger sur la contrepartie dont bénéficie le preneur de licence.

En effet, les contrats font habituellement apparaître :

- la nature et le but essentiel de l'accord ;
- l'obligation du paiement de la redevance ;
- le mode de calcul de la redevance ;
- la mention des brevets, marques de fabrique ou de commerce, etc...concernés.

*La section «Redevances et droits de licence» de l'Instruction générale sur la valeur en douane définit les conditions nécessaires pour l'inclusion des redevances (royalties) dans la valeur des marchandises importées*

La nouvelle procédure relative à la détermination de la valeur des marchandises à l'importation suscite la colère des opérateurs. Depuis le 16 décembre dernier, la douane a instauré la formalité de la déclaration dite des royalties. Elle se base sur les règles de l'OMC.

Pour déterminer la valeur réelle d'un produit importé, il faut déclarer le prix effectivement payé, augmenté des redevances et autres droits de licences relatifs à

la marchandise à évaluer. Lorsqu'un franchisé ou une succursale d'une multinationale installée au Maroc importe des marchandises de l'étranger, il doit inclure dans le prix des marchandises les royalties versées à leur franchiseur.

Lesquelles royalties varient entre 0,5 % et 8% du chiffre d'affaires selon le contrat entre franchiseur et franchisé. Comme le prévoit le nouveau mode de détermination des droits de douane, ces redevances doivent être ajoutées à la valeur des marchandises. Ce qui contribue à augmenter les droits de douane supportés.

Depuis le 27 mai, plusieurs importateurs ont été convoqués par la douane pour payer le surplus correspondant à ces royalties. Les personnes concernées sont excédées par les factures salées et contestent la nouvelle base de calcul des droits de douane. Nous n'avons pas pu avoir l'avis de la direction générale de l'ADII.

Entre la période du 1er janvier et le 26 juillet, le taux des droits de douane appliqué est de 30%. Et depuis le 27 juillet (date de publication de la loi de finances rectificative au Bulletin officiel), le tarif est passé à 40%. «La nouvelle procédure est pénalisante pour les importateurs car elle contribue à renchérir les droits de douane en y incluant des droits de franchise non pas sur le produit, mais sur la marque, le concept ou l'assistance technique. Ce qui est abusif», signale Saâd Belfakir, expert-comptable.

Toutes les franchises internationales se retrouvent dans la même situation et se préparent à adopter une position commune dans le cadre de la CGEM. L'intégration du montant des royalties dans la valeur de la marchandise a pour objectif de sécuriser l'assiette de droits de douane et la TVA et de lutter contre la fraude. Sauf que certains importateurs se retrouvent accidentellement dans le champ de tir de la douane.

«Le contrat de franchise doit faire l'objet d'une lecture approfondie par l'administration pour identifier s'il est en lien direct avec le produit importé ou porte sur l'assistance technique ou le transfert du savoir-faire. Il serait injuste de pénaliser certains opérateurs en maintenant une lecture restrictive des contrats de franchise, car bon nombre d'entre eux n'usent pas de manœuvre pour éluder le paiement des droits de douanes», insiste Belfakir. En tout cas, la lecture des importateurs et de la douane diverge sur l'intégration ou non des royalties dans le prix du produit.

La nouvelle procédure exige le dépôt à la douane d'un exemplaire du contrat de franchise liant les importateurs à leurs franchiseurs. Le contrat est étudié par les services de la douane pour déterminer les droits à payer, qui incluent les droits et taxes payés à l'étranger.

«Une fois que le franchisé accepte le paiement de cette surtaxe, il en reconnaît de façon express le bien-fondé et s'expose à un redressement sur les exercices non prescrits sur les mêmes bases de calcul», met en garde un conseiller fiscal. La décision de la douane peut être révisée une fois par an à la demande des importateurs ou à l'initiative de l'administration, notamment en cas de changement de la fiscalité relative aux produits concernés.

La procédure instituée depuis le 1er janvier dernier consiste pour les importateurs à enregistrer leur déclaration de royalties via le système BADR pour chaque facture. Facture qui devra être ensuite téléchargée dans le système au plus tard dans un délai n'excédant pas dix jours après son établissement.

### **Les premiers à trinquer**

La polémique au sujet des royalties remonte à 2018 ([Cf. L'Economiste n°5419 du 25/12/2018](#)), année où la douane a procédé à une enquête sur des soupçons de fraude aux royalties dans le secteur du tabac. Le principe consistait à sous-déclarer la valeur des biens et services importés par les multinationales ou les sociétés marocaines exploitant une franchise pour minorer les droits de douane et la TVA. Une pratique menée évidemment de concert entre le franchisé et le franchiseur. Ce qui revient à réduire le montant de la facture délivrée à l'importateur. En contrepartie, ce dernier compense (ou rembourse) son franchiseur via les royalties qui échappent au contrôle des autorités marocaines. Plusieurs sociétés ont été redressées à coup de centaines de milliers de dirhams.

---

### **Conditions de vente**

«Pour déterminer si les royalties doivent être incluses dans le prix de vente, il faut d'abord qu'elles constituent une condition de vente du produit importé», explique un transitaire. Ce dernier renvoie à la circulaire n°4643 relative à l'Instruction générale sur la valeur en douane.

Cette dernière précise que, «pour établir si une redevance se rapporte aux marchandises importées, il y a lieu, le plus souvent, de rechercher les motifs pour lesquels elle est versée, c'est-à-dire de s'interroger sur la contrepartie dont bénéficie le preneur de licence».

En général, les contrats de franchise font ressortir la nature et le but de l'accord, l'obligation de verser des royalties, le mode de leur calcul, la mention des brevets, marques... Mais là où cela se corse, c'est lorsqu'un contrat entre un franchiseur et un franchisé porte sur l'achat d'un concept. Le franchisé s'approvisionne auprès d'un fournisseur référencé par le franchiseur à un prix.

Lequel prix doit être rehaussé du montant des royalties. Mais le franchisé peut également s'approvisionner chez un autre fournisseur. Dans ce cas, l'opération ne se traduit par aucune redevance. Par conséquent, il n'y a pas lieu d'intégrer des royalties dans le prix du produit. C'est la raison pour laquelle la Douane exige des opérateurs un exemplaire pour déterminer ce paramètre. Mais les interprétations entre les deux parties ne convergent pas toujours.

*Hassan EL ARIF*



## Top Pak official assures tariff rationalisation

# 09

Sep '20



Pic: Shutterstock

Pakistan has abolished import duties on 41 per cent of industrial raw materials—more than 1,600 tariff lines—and is working on a three-year plan to rationalise tariffs, according to adviser to prime minister on commerce and investment Razak Dawood, who recently said the commerce ministry is also working on making the process of getting refunds easier for exporters.

Dawood said this while meeting officials of the Lahore Chamber of Commerce and Industry.

The adviser emphasised on the need to shift from low value-added products to high-end manufacturing and moving from import to strengthen the manufacturing sector, as per Pakistani media reports.

Meanwhile, National Tariff Commission (NTC) chairperson Robina Ather assured the All Pakistan Textile Mills Association's (APTMA) Punjab unit of rationalisation of tariffs on all industrial inputs. The government assigned NTC the task of rationalising tariff in consultation with all stakeholders.

The Federal Board of Revenue (FBR) is working on it, Ather told APTMA Punjab chairman Adil Bashir. She said the government would consider the demands and proposals of APTMA on the issue.

The meeting was also informed that the government is considering a lease policy to bring down cost of lands in special economic zones.



# President wants Eravur in 2021 Budget

Friday, September 4, 2020 - 01:00

RAVI LADDUWAHETTY



**President Gotabaya Rajapaksa has directed the state agencies dealing with infrastructure to inform the expenditure needed for the infrastructure of the planned Eravur Investment Zone to be included in the 2021 Budget.**

This is where the President had asked Government heads in state agencies such as the National Water Supply and Drainage Board, Ceylon Electricity Board, Sri Lanka Telecom, the Road Development Authority to provide him with a expenditure from et al which would be presented to Parliament in November to be included in the 2021 Budget.

The background to this stems from the reality that Sri Lanka gets lesser concessions from the European Union when it comes to General Systems of Preferences Plus by virtue of this country being a Middle Income Country vis a vis countries such as Bangladesh which are considered to be least developed countries, JAAF Secretary General Tuli Cooray told Daily News Finance yesterday.

This will also mean that the more raw materials that Sri Lanka manufactures for the apparel industry within the country such as the fabric and accessories , the higher the benefits which it will get from the EU, he said.

He also said that Sri Lanka also purchased US \$ 881 million worth of fabric and accessories from the domestic market from the seven fabric factories which are in situated in Sri Lanka and that there was a dire need for increasing the production of the raw material basis within Sri Lanka itself. Sri Lanka, although eligible to export all apparel products on a duty free basis to the EU under the GSP+ provided by the country of origin rules, and also due to the products that are exported from Sri Lanka not having the ability to meet the country of origin rules, only 47% of the products are getting the duty free facility for the importers in those countries.

The remainder is being manufactured with fabric from other sources and when they enter the EU markets, the importer is liable to pay import duties. It is in that context that the Eravur Investment Zone is important, which is aimed at increasing the local raw material base.



Thursday 10th of  
September 2020

# Strategic help from Germany for Sri Lankan exporters to win more European buyers

Published on September 10, 2020



From left: DSI Footwear Director Dilshan Rajapaksa, Target Agriculture Compliance Manager D.M.D.L. Saranga, German Industry and Commerce in Sri Lanka Chief Delegate Andreas Hergenrother, EU ambassador Denis Chaibi- Head of EU Mission to Sri Lanka and the Maldives and Aqua Dynamics General Manager Lalindra Fernando. Pix by Sujatha Jayaratne

by Sanath Nanayakkare

The Delegation of German Industry and Commerce in Sri Lanka (AHK Sri Lanka) and the Friedrich Naumann Foundation for Freedom (FNF Sri Lanka) recently launched a timely initiative in Sri Lanka named 'Sustainable supply chains as driver for global competitiveness'. This initiative will help Sri Lankan companies to have broader and easier market access to the EU by adhering to EU's strictly documented compliance with certain sustainability standards related to social and environmental aspects.

The programme is designed to raise awareness of Sri Lankan exporters on the need for sustainability related documentation in order to increase global competitiveness of Sri Lankan products and services to gain broader market access to not only the EU but to the US market as well. The initiative will comprise a series of training sessions, assessments and certification especially targeting the sectors of apparel/textile, rubber, and food/agriculture.

The Consultancy of former Human Rights Commissioner of the German government Markus Loening will train representatives of the Sri Lankan companies on how to comply with global and EU related sustainability standards. In fact, many Sri Lankan companies already comply with these standards but are unaware of the requirement of formal documentation.

MAS Holdings COO Shirendra Lawrence, the keynote speaker of the event explained how absolute compliance with sustainability standards helped MAS become the largest apparel company in South Asia as well as a global leader. Ambassador Denis Chaibi- Head of EU Mission to Sri Lanka and the Maldives speaking at the event

underlined the importance of the ongoing regulation process on sustainability standards in the EU and its member countries. He said that Sri Lankan exporters can export a wide range of products to the EU duty-free under the EU's GSP+ trade facility, subject to its human rights, environment, labour, social and other stipulated standards. German Industry and Commerce in Sri Lanka Chief Delegate Andreas Hergenroether said, "Through this programme, we want to support Sri Lankan exporters to obtain broader market access to EU. Today sustainability standards are a top priority in the minds of the consumers in the EU countries. Maybe they are partially politically driven, but they are also more and more customer and industry driven. Besides the existing official legally binding standards, European importers require more and more consumer driven standards like Fairtrade, Compliance +, Good Manufacturing Practices, etc." Hubertus von Welck, Head of Friedrich Naumann Foundation Sri Lanka emphasised the need to restart the economy and overcome the adverse impacts of the pandemic.

"For this we will support Sri Lanka. We will support your export-driven entrepreneurship to strengthen their compliance standards set out in the 'UN Guiding Principles on Business and Human Rights'. This will help Sri Lankan products and services to be well-accepted in the markets of advanced economies and thereby increase Sri Lanka's export earnings," he said.

# Govt. mulls import tax revisions on cloth imports

Wednesday, 9 September 2020

- **Current Rs. 100 import tax could be increased to \$ 1**
- **Five-year plan in the works to boost production, 10,000 people in 200 villages to be recruited**
- **Minister proposes using locally-produced linen in hotels**

The Government is considering a revision of the Rs. 100 per kilo tax currently imposed on imported cloth and may increase it to as much as Rs. 185 (\$1) as part of efforts to boost the local textile industry in the next five years.

Batik, Handloom, and Local Apparel Products State Minister Dayasiri Jayasekara told reporters following a discussion with apparel stakeholders that measures to strengthen the industry will be taken forward in the next two months. The meeting, which took place at his Ministry, also included thread importers, local thread and apparel manufacturers, and brand associations.

Industry stakeholders attending the discussion stated that they would not have a need to import garments if locally manufactured products were of a higher quality, asked that the tax imposed on the industry be fair, and raised concerns about low consumption of apparel within the country.

“Stopping low-quality garments from being imported to the country was their main concern,” Jayasekara stated, adding that the country has a large number of manufacturers who produce for local use as well as export purposes, and that it is by strengthening them that local production can also be strengthened.

Jayasekara said that discussions have been held with President Gotabaya Rajapaksa to locally produce linen and towels for hotels in the country, which would create job opportunities and increase production.

While adding that tax reforms will be introduced in the future, Jayasekara stated the focus was to boost local production during the next five years. In terms of handloom production, Jayasekara said the Ministry has plans to recruit 10,000 persons for the industry and establish production in 200 villages.

“We expect to boost batik, local apparel, and handloom production by



streamlining them under one organisation. Within the next five years, local production will be boosted, and we expect to present a basic plan to establish garment production on a rural level,” he went on to say.

This would involve training centres for handloom, batik, and textile manufacturing on a regional level, so that manufacturers can grow as entrepreneurs, with the necessary machinery provided.

In addition to this, a 70 acre land in Katunayake has been identified as suitable for a garment city, which will enable visitors to Sri Lanka to easily purchase garments in wholesale quantities.

While the measures would increase the quality and quantity of local production, the Government will also take steps to restrict imports. The temporary suspension of apparel and textile imports was announced in May, but Jayasekara stated that certain restrictions regarding global brands will be relaxed due to challenges restrictions will pose in terms of attracting tourists and high-end consumers.

According to the Central Bank’s External Sector Performance Review published for June, clothing and accessory imports amounted to \$ 111 million between January and June this year, a 17.3% drop from the same period last year, when clothing and accessory imports totalled \$ 134.2 million.

A 23.6% drop was seen in textiles and textile articles, with January to June 2020 amounting to \$ 1,065.6 million and the same period the year before totalling \$ 1,394.6 million.

Central Bank data also shows that clothing and accessories dropped from \$ 30.2 million in January to \$ 15.2 million in March, \$ 12.2 million in April, and \$ 8.1 million in May. However, clothing and accessories imports rose to \$ 17.5 million in June.

In terms of textiles and textile articles, the Central Bank states that imports amounted to \$ 300.8 million in January, \$ 182 million in February, and \$ 139.3 million in March. There was a slight increase to \$ 146.9 million in imports in April, followed by a drop to \$ 121 million in May.

However, textiles and textile article imports rose to \$ 175.7 million in June.

The State Minister explained that restrictions on imports were imposed to ensure Sri Lanka does not become a “dumping ground” for low quality garments and said he is to meet with batik dye importers and thread importers today to discuss concerns about material shortages today.

## Measures to recruit 10,000 new employees to manufacture local textiles

Thu, Sep 10, 2020, 12:00 pm SL Time, ColomboPage News Desk, Sri Lanka.



Sept 10, Colombo: A discussion was held under the patronage of the State Minister of Batik, Handloom Fabrics and Local Apparel Products Dayasiri Jayasekara to increase the local garment production within the next five years.

Discussions were held with textile importers, yarn importers and entrepreneurs who manufacture products under local brand in Sri Lanka on developing the three sectors of textile manufacturing - batik production, local garment manufacturing and local handloom fabric production at the rural level in the next five years and increasing supply according to local demand.

Expressing his views, the Minister said that a program will be launched to create their own textiles in rural areas and to recruit 10,000 new employees for the production of handloom textiles. Accordingly 200 villages will be established and necessary equipment will be provided for this purpose.

The Minister also said that he hopes to modernize small handloom textile schools in particular and to encourage the students who learn from them to become entrepreneurs.

The Minister further said that this discussion was held to stop the import of readymade garments to Sri Lanka in the future and to manufacture readymade garments in our own country.

Responding to a question raised by a journalist, the Minister further stated that a national flag made in Sri Lanka will be hoisted in every home on February 4, 2021 and Buddhist flags made from local raw materials will also be used for the Vesak festival.

## Un coton du futur pour les chaussettes et les masques ?

Publié par Adrien le 10/09/2020 à 09:00

Source: Université Laval



Masque grand public réutilisable

Les problèmes d'acné et d'eczéma qui se manifestent chez les personnes portant le masque de façon prolongée rappellent que les textiles et la peau ne font pas toujours bon ménage. En effet, l'abrasion cutanée résultant de la friction avec un textile ainsi que le microclimat chaud et humide créé par un vêtement font le bonheur des [bactéries](#) et des champignons causant des infections cutanées.

Des chercheurs en biomatériaux de l'[Université Laval](#) et leurs collaborateurs tunisiens ont mis au [point](#) un textile qui réduit le risque d'infections fongiques associées au port de vêtements. Ces chercheurs, rattachés au Département de génie des mines, de la [métallurgie](#) et des [matériaux](#) et au Centre de [recherche](#) du CHU de Québec - [Université Laval](#), présentent les détails de leurs travaux dans un article publié par la revue *Biointerphases*.

En bref, leur approche consiste à extraire un composé antifongique contenu dans le curcuma et à le fixer chimiquement aux [fibres](#) du coton. Pour y arriver, les chercheurs ont recours à une [interface](#) composée de polydopamine. "Cette interface forme une couche semblable à une toile d'araignée qui établit des ponts entre le textile et la [molécule](#) antifongique", explique le responsable du [projet](#), [Diego Mantovani](#).

L'objectif de ce projet était de créer un textile pour les chaussettes des militaires et des travailleurs qui portent des bottes à cap d'[acier](#), rappelle-t-il. "Ces bottes sont chaudes

et mal aérées et elles créent un microenvironnement propice aux infections comme le pied d'athlète. Le défi consistait à lier la molécule antifongique au textile de façon stable et durable afin que son action résiste au [frottement mécanique](#) et aux agressions chimiques répétées de la [sueur](#) et du [savon à lessive](#)."

Les tests menés par les chercheurs ont révélé que l'ajout de cette couche de polydopamine ne modifie pas les propriétés mécaniques ou thermiques du coton. "De plus, le composé antifongique du curcuma est incolore et la couche de polydopamine n'est pas perceptible à l'oeil nu. La [couleur](#) du textile est donc inchangée", précise le professeur Mantovani.

L'ajout de la polydopamine permet d'augmenter de six fois l'[adsorption](#) de la molécule antifongique par les fibres du coton. Les expériences réalisées sur trois espèces de champignons causant des mycoses cutanées ont montré que leur croissance pouvait être réduite jusqu'à huit fois par ce coton. "Les propriétés antifongiques du textile modifié diminuent toutefois après une centaine de lavages, constate le [chercheur](#). Nous espérons qu'en optimisant le procédé, on pourra porter cette limite à 1000 lavages."

Même si ces travaux visent d'abord la mise au point d'une super-chaussette, le professeur Mantovani n'écarte pas d'autres applications. "On pourrait notamment en faire des gants, précise-t-il. Pour ce qui est des masques, si on les porte en continu pendant de longues [heures](#), ils créent un milieu chaud et humide et ils provoquent une abrasion cutanée. On peut donc supposer que notre textile modifié pourrait réduire le risque de [mycose cutanée](#) sous le masque. C'est une [avenue](#) qu'il faudrait explorer."

L'étude parue dans *Biointerphases* est signée par Pascale Chevallier, Ranna Tolouei et Diego Mantovani, de l'Université Laval, et par les chercheurs tunisiens Sondes Gargoubi, Fatma Saghruni, Chedly Boudokhane et Neji Ladhari.

# Habillement : la Tunisie quitte le Top 10 des principaux fournisseurs de l'UE

Par  
**Fatma Tnani**  
-  
29 août 2020



D'après l'analyse de Jean-François Limantour, président d'Evalliance, la pandémie du Covid-19 a impacté sévèrement les échanges internationaux.

Notamment le secteur de l'habillement où « les importations des cinq premiers mois de 2020 de l'Union européenne ont baissé de 17,8% par rapport aux 5 premiers mois de 2019. »

En effet, « le Maroc et la Tunisie enregistrent une forte baisse de leurs exportations vers l'UE. La Tunisie a enregistré une baisse de 29,7%. Le Maroc connaît de ce fait un véritable effondrement de ses exportations : -42%. Empêtré dans des problèmes de gouvernance, le secteur marocain devra rapidement réagir pour ne pas sombrer dans les profondeurs du classement. »

Importations européennes d'habillement (5 premiers mois de 2020)					Prix moyens	
Rang	Fournisseurs	Valeur	Part	2020/2019	2020/2019	
		Euros	%	%	%	
1	Chine	6 936 595 513	26,6%	-11,2%	+13,6%	
2	Bangladesh	5 595 702 998	21,4%	-15,9%	+0,6%	
3	Turquie	2 915 012 372	11,2%	-21,0%	+3,1%	
4	Inde	1 428 352 252	5,5%	-26,6%	-1,8%	
5	Royaume Uni	1 378 712 344	5,3%	-27,0%	+4,2%	
6	Vietnam	1 006 084 433	3,9%	-14,0%	+1,1%	
7	Cambodge	995 411 327	3,8%	-21,3%	+7,1%	
8	Pakistan	899 210 264	3,4%	-12,4%	-2,5%	
9	Myanmar	779 148 542	3,0%	+10,0%	-1,5%	
10	Maroc	664 733 985	2,5%	-42,0%	-1,3%	
11	Tunisie	615 327 650	2,4%	-29,7%	+4,2%	
12	Sri Lanka	398 574 651	1,5%	-17,9%	-6,4%	
	Autres	2 486 761 904	9,5%	-20,0%	+1,5%	
	Totaux	26 099 628 235	100,0%	-17,8%	+3,2%	

Source : Eurostat      Traitement statistique : JF Limantour

Source: Eurostat Traitement statistique: JF Limantour

Avec cette baisse, la Tunisie quitte le Top des principaux fournisseurs de l'UE.

Selon la BCT, une forte contraction de l'activité aurait caractérisé les industries du textile, habillement et cuir (THC), avec la morosité de l'activité chez les principaux partenaires et les perturbations au niveau de l'approvisionnement en intrants, ce qui a induit un arrêt partiel voire total de la production. D'ailleurs, le volume des exportations de ce secteur s'est effondré de -22,8% au T2-2020 et ce, comparativement au trimestre précédent.



# Importations européennes d'habillement : le Myanmar progresse, la Chine résiste, le Maroc s'effondre !

Publié le 27 août 2020



Jean-François Limantour  
President of Evalliance

166 articles

La pandémie du Covid-19 impacte sévèrement les échanges internationaux. Ainsi dans le secteur de l'habillement, les importations des cinq premiers mois de 2020 de l'Union européenne ont baissé de 17,8 % par rapport aux 5 premiers mois de 2019.



1. Parmi les douze premiers fournisseurs, seul le **Myanmar** enregistre une augmentation de ses ventes vers l'UE, tirant profit de ses très bas salaires et de son éligibilité au régime super-préférentiel « Tout Sauf les Armes »/TSA.
2. Grâce à sa maîtrise relativement rapide de la pandémie, la **Chine** résiste bien en limitant à 11,2 % la chute de ses exportations d'habillement vers l'Europe.

3. Quatre autres fournisseurs, parmi les 12 premiers accusent une chute inférieure à 20 % : le **Pakistan** (-12,4 %), le **Vietnam** (-14 %), le **Bangladesh** (-15,9 %) et le **Sri Lanka** (-17,9 %).

4. Cinq autres enregistrent une baisse comprise entre 20 % et 30 % : la **Turquie** (-21 %) malgré la très forte dépréciation de la Livre turque, le **Cambodge** (-21,3 %), partiellement exclu du régime TSA, l'**Inde** (-26,6 %), le **Royaume-Uni** (-27 %) et la **Tunisie** (-29,7 %).

5. Le **Maroc** connaît un véritable effondrement de ses exportations : -42 %. C'est la plus mauvaise performance parmi les **50** premiers fournisseurs d'habillement de l'Union européenne ! Empêtré dans des problèmes de gouvernance, le secteur marocain devra rapidement réagir pour ne pas sombrer dans les profondeurs du classement.

Importations européennes d'habillement (5 premiers mois de 2020)					Prix moyens	
Rang	Fournisseurs	Valeur	Part	2020/2019	2020/2019	
		Euros	%	%	%	
1	Chine	6 936 595 513	26,6%	-11,2%	+13,6%	
2	Bangladesh	5 595 702 998	21,4%	-15,9%	+0,6%	
3	Turquie	2 915 012 372	11,2%	-21,0%	+3,1%	
4	Inde	1 428 352 252	5,5%	-26,6%	-1,8%	
5	Royaume Uni	1 378 712 344	5,3%	-27,0%	+4,2%	
6	Vietnam	1 006 084 433	3,9%	-14,0%	+1,1%	
7	Cambodge	995 411 327	3,8%	-21,3%	+7,1%	
8	Pakistan	899 210 264	3,4%	-12,4%	-2,5%	
9	Myanmar	779 148 542	3,0%	+10,0%	-1,5%	
10	Maroc	664 733 985	2,5%	-42,0%	-1,3%	
11	Tunisie	615 327 650	2,4%	-29,7%	+4,2%	
12	Sri Lanka	398 574 651	1,5%	-17,9%	-6,4%	
	Autres	2 486 761 904	9,5%	-20,0%	+1,5%	
	Totaux	26 099 628 235	100,0%	-17,8%	+3,2%	

Source : Eurostat      Traitement statistique : JF Limantour

Les prix moyens des vêtements importés au cours des 5 premiers mois de 2020 sont en augmentation de 3,2 % malgré une très forte chute de la demande et de la consommation européennes.

Jean-François Limantour  
27 août 2020

## Primark owner ABF Q4 trading exceeds expectations

07

Sep '20



Pic: Shutterstock

Associated British Foods, a multinational food processing and clothing retailing company, has announced that trading for fourth quarter (Q4) in both its food business and Primark exceeded the expectations. Cumulative sales since reopening to the year-end are expected to be £2 billion and adjusted operating profit is expected to be in £300-350 million range.

In July Primark announced its UK recycling programme, inviting customers to donate clothes, textiles, footwear and bags from any brand. All Primark stores reopened in May, June and July. Since reopening company has traded strongly, attracting customers with our value-for-money offering and a welcoming and safe store environment. Cumulative sales since reopening to the year-end are expected to be £2bn and adjusted operating profit is expected to be at least at the top end of the previously advised £300-350 million range.

Company reported that the total customer spend on clothing, footwear and accessories in its markets has been impacted by Covid-19. It has been recovering from a low point in April and the rate accelerated with the reopening of stores.

In the UK sales since reopening are expected to be 12 per cent lower and excluding the four large UK destination city centre stores the decline is 5 per cent. While sales in Europe are expected to be 17 per cent lower on a like-for-like basis, reflecting increased public health restrictions, particularly in Spain and Portugal. Sales in the US are expected to be 9 per cent lower and are 2 per cent ahead excluding our Boston destination city centre store.





SEPTEMBER 8, 2020

## US Jeans Imports Down 35%, as Inventory Belts Tighten

By *Arthur Friedman*



CREDIT: chamillew/Adobe Stock

Despite a slight uptick in July, U.S. imports of blue denim apparel—97 percent of which are [jeans](#)—were down 35.26 percent to \$1.08 billion in the first seven months of 2020 compared to a 37.82 percent decline in the first half, according to new data from the Commerce Department’s Office of Textiles & Apparel ([OTEXA](#)).

Importers have spent most of this period in the throes of an economic downturn caused by the coronavirus pandemic. Most denim brands and retailers have said they have focused on working off [inventory](#) stuck in warehouses and stores, while curtailing import orders.

Guess Inc. CEO Carlos Alberini said in reporting second-quarter results that the company focused on “optimizing inventory management,” ending the period with inventories down 13 percent compared to last year.

PVH Corp., owner of Calvin Klein and Tommy Hilfiger Jeans, said it continues to tightly manage its inventory, which decreased 12 percent as of the end of the second quarter from the prior-year period. As of the end of fiscal 2020, the company is projecting to carry approximately \$125 million of basic inventory into Spring 2021, which is a reduction compared to the prior projection of approximately \$250 million.

The result has been a major decline in imports from top producing countries, with every Top 10 supplier except Vietnam and Cambodia registering decreases in year-to-date shipments. The United States’ No. 1 supplier, [Mexico](#), saw its jeans imports fall 53.04 percent in the period to a value of \$227.09 million.

China, now the No. 3 supplier after falling precipitously over the past couple of years during the tariff-fueled U.S.-China trade war and continuing to fall after it was the first country to close factories when the pandemic began there, saw imports plummet 63.23 percent in the period to \$169.82 million, OTEXA reported.

Second-place Bangladesh, which has suffered from cancelled orders, fared a bit better, as imports fell 16.98 percent to \$254.28 million in the year through July. Rounding out the top four suppliers that combine for a 62 percent import market share was Vietnam, which posted a 0.14 percent increase in the period to \$192.72 million.

Among the second-tier suppliers that each account for single-digit jeans market, Cambodia was by far the winner. Imports from the Southeast Asian burgeoning production player rose 30.41 percent year to date to \$79.62 million.

The rest of the key manufacturing countries saw major declines in imports during the seven-month period. Pakistan’s fell 21.42 percent to \$116.53 million, Egypt’s declined 34.16 percent to \$63.25 million, Nicaragua’s dropped 32.1 percent to \$46.02 million, Sri Lanka’s were off 24.28 percent to 23.65 million and Indonesia’s decreased 41.81 percent to \$23.41 million.

Only three countries, all from Africa, posted increases in shipments to the U.S. in the period from the third tier of suppliers. Imports from Madagascar rose 27.28 percent to \$17.59 million, shipments from Ethiopia increased 16.55 percent to \$11.03 million and imports from Tanzania were up 23.92 percent to \$8.61 million.



## Xinjiang: apparel groups expect Trump administration blocking order on Chinese textile imports

- Sources say a Withhold Release Order is in the works, which would block some apparel imports thought to have been made with forced labour
- Barring the use of any Xinjiang cotton in clothing shipped to the United States would be an escalation of US actions on human rights abuses in the region



**Doug Palmer and Finbarr Bermingham**

Published: 10:35am, 8 Sep, 2020

*This story is part of an ongoing series on US-China relations, jointly produced by the South China Morning Post and POLITICO, with reporting from Asia and the United States.*

US apparel groups are expecting a Trump administration decision as early as this week blocking imports of Chinese-made textile and apparel products on the grounds that they are the products of forced labour in the Xinjiang region of China, according to textiles industry sources and a former Trump White House trade official.

Such an order, which would come from US Customs and Border Protection (CBP), has the potential to affect tens of billions of dollars of US textile and clothing imports that contain cotton, yarn or fabric produced in the Xinjiang Uyghur Autonomous Region (XUAR). It also could boomerang back on US cotton producers if Beijing is provoked into retaliation.

The mandate, known as a Withhold Release Order (WRO), would not be an actual import ban. But goods subject to a WRO have to be re-exported or destroyed if CBP determines they were made with forced labour.

CBP did not respond to requests for comment.

Barring the use of any Xinjiang cotton in clothing shipped to the United States would be an escalation of US actions expressing disapproval of forced labour and other human rights abuses in the region. The US Commerce Department already has placed close to 50 Chinese operations on its Entity List for involvement

in those practices, effectively banning US companies from doing business with them without a special license.

US-China relations have deteriorated dramatically in the past year over a number of issues, including Beijing's handling of the early stages of the coronavirus outbreak in Wuhan, its crackdown on political dissent in Hong Kong and its treatment of the Uyghurs, an ethnic Muslim minority.

The US State Department, in its most recent annual report on human trafficking, has accused the Chinese government of engaging in "widespread forced labour," partly through the arbitrary detention of more than one million Uyghurs, ethnic Kazakhs, ethnic Kyrgyz, and other Muslims in the XUAR.

POLITICO reported last month that the Trump administration has been mulling whether to formally label China's brutal repression of the Uyghurs a "genocide."

About 85 per cent of China's cotton is grown in Xinjiang, according to the US Agriculture Department. And a coalition of union and activist groups, who have called on clothing brands and retailers to stop sourcing from the Uyghur region within 12 months, estimate about one fifth of all cotton garments sold in the world contain Xinjiang cotton or yarn.

The United States imported between US\$40 billion and US\$50 billion worth of textiles from China last year, and cotton, yarn and fabric from Xinjiang is used by other countries such as Vietnam, Indonesia, Cambodia, Bangladesh and Sri Lanka to make clothing.

The activist groups charge that nearly the whole apparel industry – including brands such as Adidas, H&M, Lacoste, Nike, Ralph Lauren and Zara – is linked to specific cases of forced labour in the region. They back up their claim with reports from governmental agencies, news outlets, think tanks and associations.

Earlier this year, a bipartisan group of lawmakers in both the US House of Representatives and the US Senate introduced legislation that would require corporations to prove with "clear and convincing evidence" that any products sourced from the XUAR are not made with forced labour before they are allowed entry in the US.

Although neither chamber has voted on the measure, the introduction of the legislation has put pressure on US President Donald Trump to take action.

In addition, the American Federation of Labour and Congress of Industrial Organisations (AFL-CIO) and several Uyghur rights and anti-slavery groups in late-August formally asked the CBP to issue a regional WRO on cotton and cotton-containing goods from Xinjiang.

Most WROs are company-specific. But in their petition, the AFL-CIO and the other groups argued a regional WRO would have the greatest impact and require China to choose "between continuing the persecution of the Uyghur people or face the exodus of billions of dollars in business contracts and investments from US companies and others."

John Foote, a trade lawyer at Baker McKenzie who has been tracking the issue, said it's still not clear how aggressive any CBP action would be.

"The short answer is this WRO threatens to have a massive impact, but a lot will be determined by how CBP chooses to administer it," Foote said.

Policing tens of billions of dollars in imports would be a massive undertaking for the CBP, and would entail tracing the supply chain of goods that arrive in the US.



Trade data from the US International Trade Commission shows that cotton-related exports to China rose 62 per cent over the first seven months of the year, and 206 per cent in July alone.

Tom Cliff, a professor in Chinese Studies at the Australian National University and author of a 2018 book on Xinjiang, compared the chances of tracing cotton from Xinjiang through the Chinese and Asian supply chains to “throwing a bucket of water into the river – how do you ever hope to find it again?”

China has ample ammunition to retaliate against a potential ban because it is a large importer of American cotton.

Trade data from the US International Trade Commission shows that cotton-related exports to China rose 62 per cent over the first seven months of the year compared to a year earlier, and 206 per cent in July alone.

“I think people sometimes forget that China is the biggest importer of cotton in the world,” said David Birnbaum, a consultant in the Asian garment industry. “If the US put a full ban in [on Chinese textiles products], China would certainly retaliate straight away and probably stop buying US cotton, which would be a horrendous result.”

Many American and international firms are already likely to be caught up in the Treasury Department’s recent

sanctioning of the

Xinjiang Production and Construction Corps (XPCC), an organisation that runs entire cities in the region, and which dominates the cotton industry.

US firms that do business with XPCC, also known by its Chinese name Bingtuan, include John Deere

, which has shipped hundreds of millions of dollars’ worth of cotton harvesting machinery to the region, often through XPCC-linked dealerships, the *South China Morning Post* reported in August.

Companies have until September 30 to extricate themselves from dealings with XPCC, unless they are granted approval to keep trading by the Department of Treasury.

# NEW ATLAS

## Researchers recycle wool into smart textile that remembers its shape

By [Nick Lavars](#)

September 03, 2020



*A new smart textile was used to create a shape-shifting origami star*

**Harvard University**

Materials that can be deformed and then return to their original state as desired, such as shape memory alloys, could mean big things for [aerospace](#), [robotics](#), and even fashion if a new smart textile from Harvard University is anything to go by. Made from leftover wool products, the programmable material can be bent out of shape in response to stimuli and bounce right back to its original form, with the team imagining putting it to use in shape-shifting clothing items that adapt to different scenarios.

The starting point for this new shapeshifting material is a fibrous protein found in hair, nails and shells called keratin, which can also be found in wool. Keratin carries some useful properties for materials scientists, in that as a single chain it forms a spring-like coil structure called an alpha-helix.

Put enough of these together and you have a strong, large fiber with shape memory characteristics. As the material is stretched, the coils unfurl and new bonds are formed that create stable sheets. The material remains this way until it is exposed to stimuli that returns the coils back to their original shape.

"With this project, we have shown that not only can we recycle wool but we can build things out of the recycled wool that have never been imagined before," says Kit Parker, senior author of the paper.

The team started by 3D printing keratin sheets of differing shapes, with these programmed as their "permanent" states by setting them in a solution of hydrogen peroxide and monosodium phosphate. From there, the materials can be molded into other shapes on a temporary basis, in response to different stimuli.

In one experiment, the team permanently set a keratin sheet as a complex origami star. When the star was submerged in water, however, it unfolded and took on a malleable form, enabling it to be rolled into a tight tube, which became its own stable and functional structure as the sheet dried. The tube was then placed back in the water, which caused it to unroll and fold back up into the original origami star.

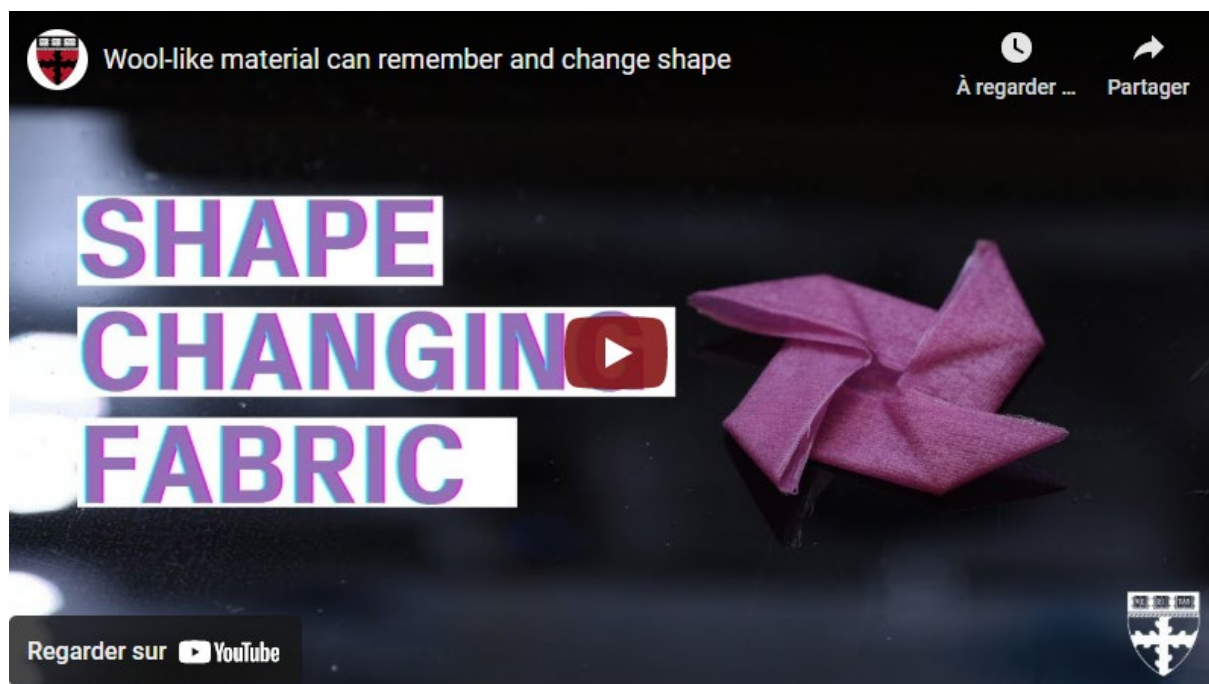
"This two-step process of 3D printing the material and then setting its permanent shapes allows for the fabrication of really complex shapes with structural features down to the micron level," says Luca Cera, first author of the paper. "This makes the material suitable for a vast range of applications from textile to tissue engineering."

The researchers imagine some interesting uses for the new shape-shifting material. They say it could be used to make brassieres with customizable shapes and cup sizes, one-size-fits all t-shirts, or garments with air vents that open in response to moisture. In this way, they hope it can help address wastage in the fashion industry.

"The implications for the sustainability of natural resources are clear," says Parker. "With recycled keratin protein, we can do just as much, or more, than what has been done by shearing animals to date and, in doing so, reduce the environmental impact of the textile and fashion industry."



The research was published in the journal [Nature Materials](#), while you can see the material in action in the video below.



*Wool-like material can remember and change shape*

Source: [Harvard University](#)



# Vietnam's textile-garment exports dip by 12.1% in Jan-Jul

**04**

Sep '20



Pic: Shutterstock

The export turnover of Vietnam's textiles and apparel sector in the first seven months of this year is estimated at \$16.18 billion—a fall of 12.1 per cent over the same period in 2019, according to the ministry of industry and trade, which said as of July, many businesses had almost no orders for the last two quarters, especially in high-value products.

Meanwhile, the price of masks and protective goods has fallen sharply due to oversupply globally.

The Vietnam Textile and Apparel Association (VITAS) recorded an average rate of cancellation of orders at businesses in the industry at about 30-70 per cent. A strong drop in orders led to a rise in inventory along with the pressure to pay wages, which increased difficulties faced by businesses.

However, some positive developments in sector include Vietnam surpassing Bangladesh to become the second rank holder in global garment and textile exports during the first half of 2020.

Data from the General Statistics Office of Vietnam and the Bangladesh Export Promotion Bureau show that Vietnam earned \$13.18 billion in the first six months of the year, while Bangladesh earned only \$11.92 billion, according to a press release from Dony Garments.



*Vietnam has lifted the 14-day quarantine for foreign experts, investors, managers, and diplomats entering the country for less than 14 days. VNExpress, local media reported.*

But guidelines issued by the Ministry of Health on Tuesday require them to continue complying with all other requirements like wearing a mask and refraining from shaking hands to prevent the spread of the novel coronavirus.

They also need to complete medical procedures including tests for Covid-19.

The organization that invites them needs to guarantee that it, or an international insurance company, will bear all medical and other expenses if they contract the disease in Vietnam.

Vietnam started charging people coming from overseas for quarantine from September 1. But those coming for diplomatic missions are exempted from the fee.

After 14 days since arrival if a person tests negative for the novel coronavirus, they can remain in Vietnam without quarantining.

According to [VNExpress](#), as of today morning, the Southeast Asia country has recorded 1,044 Covid-19 cases and 34 deaths. Over 55,000 people are in quarantine. The country has gone three days without a new community transmission as of September 1.

Reporting by Dat Nguyen @ VNExpress

# Vietnam textile and garment trying to expand market share in EU

SGGP Friday, September 04, 2020 07:33

**Vietnamese textile and garment companies have turned towards the domestic market and other segments, as well as trying to expand EU market share to compensate for the shortage of export orders.**



*Making suits for export at Nha Be Garment Corporation*

As the Covid-19 pandemic rages on, Vietnam's textile export turnover down 11.6% in the first 8 months of 2020, said the Vietnam Textile and Apparel Association (VITAS). A further decrease of 10% -15% is expected until the end of the year.

Ho Chi Minh City's textile export turnover was US\$3.02 billion in the first eight months of 2020, down 20.4% over the same period. At the same time, US market down 24.16% (29.83% of turnover), European down 24.97% (12.05% of turnover).

The number of export orders of **HCMC** companies down 25% and about 30% in April and May respectively, said the HCMC Association of Garment - Textile - Embroidery - Knitting (AGTEK). The decrease is expected to be 14% - 18% towards the end of the year.

The whole textile industry in Vietnam currently has up to 118.7% of goods in inventory, 20% of the companies were forced to shut down while others cut labor and restructure production activities.



Many global fashion brands declared bankruptcy like New York & Company which owns 378 retail stores and agencies, JCPenney with 850 retail stores worldwide, or Brook Brothers.

The Sustainable Textile of the Asian Region network (STAR network) in April held a meeting with major textile manufacturers from Bangladesh, Cambodia, China, Myanmar, Pakistan and Vietnam, discussing fashion brands and retail systems to consider the aftermaths of their decisions to postpone or cancel placed orders. However, most brands in current circumstances is also suffering from financial decline, with many referring to “force majeure” provisions to suspend their orders.

As a result, Vietnamese textile manufacturers have turned towards the domestic market, with main products including masks, workwear, medical outfits and fast fashion, targeting the cheap or mid-range segment. Domestic consumption is expected to up 5% until the end of 2020, about US\$200-250 million.

Nonetheless, the expected 5% increase is nothing compared to Vietnam’s production capacity, and cannot make up for the shortage of export orders, said General Director of the Vietnam National Textile and Garment Group (Vinatex) Le Tien Truong. He also mentioned that the Vietnam-Europe Free Trade Agreement (**EVFTA**) would allow companies to reach an export turnover of US\$7 billion which was that of 2019.

About US\$5 billion worth of Vietnam’s garment and textile products enter the EU each year, taking up about 2% of the EU’s textile and garment import turnover, while the country ranks 6th worldwide in terms of textile and garment export.

Having competitive pricing and fast delivery times will enable Vietnam to take full advantage of EVFTA and increase market share in the EU as well as compete with the Bangladeshi providers, Truong said.

Businesses ought to improve logistical capacity to achieve shorter delivery time, and the government should simplify administrative procedures, reduce clearance and inspection time, he added.

Manufacturers should also start importing materials from countries that have signed FTAs with Vietnam and the EU to take advantage of cumulative rules of origin.

Additionally, they are encouraged to dabble in specialized, hi-tech, multi-detailed textile products or workwear, sports and medical products, while changing production technology, improving management capacity and investing in social and environmental factors.

# Textile firms survive on weekly export orders

By **Anh Minh** September 7, 2020 | 12:32 pm GMT+7



Workers make garment products at a factory in Ho Chi Minh City. Photo by VnExpress/Nguyet Nhi.

The textile and garment industry continues to be hurt by the Covid-19 pandemic with only weekly orders coming in due to uncertain demand.

Shipments of textile and garment, Vietnam's third largest export earner, fell 11.6 percent year-on-year in the first eight months to \$19.6 billion because of the pandemic, the Ministry of Industry and Trade said in a recent report.

Producers receive orders by the month or even week because of the plunging global demand due to Covid-19, whereas in previous years by this time they would have received orders for the first half of the following year, the report said.



Some producers have seen September orders drop by 40-50 percent, while orders have not been confirmed for the rest of the year and 2021, it added.

Global demand for textile and garment products in the third quarter has not shown sign of reviving, as consumer confidence remains low in the U.S., the E.U. and Japan, three of the Vietnam's largest buyers.

This has affected producers like Vietnam National Textile and Garment Group (Vinatex). Cao Huu Hieu, its deputy CEO, said the company forecasts a 20 percent fall in revenues this year.

"We have barely received orders for the last quarter, which is a major challenge for our production plans. Prices of masks have dropped to just enough to cover costs."

Companies are [doing all they can to survive](#). Garment 10 Corporation Jsc (Garco10) is working to get long-term orders to ensure cash flows and retain jobs, while Vinatex seeks to boost domestic sales.

Truong Van Cam, deputy chairman of the Vietnam Textile and Apparel Association (VITAS), said the domestic market is promising amid the pandemic though revenues from it would not be high since consumers are also trying to cut down spending.

Companies want the government delay loan repayments to banks.

There are around 6,800 textile and garment businesses in the country. Last year their exports were worth \$32.85 billion, increasing 7.8 percent year-on-year.