

La Tunisie bien classée dans le Global Innovation Index 2020

Selon le rapport «Global Innovation Index 2020 : Who will finance innovation ? », La Tunisie reste dans la course mondiale de l'innovation, puisqu'elle est classée au 66^{ème} rang mondial, bien avant le Maroc (75^{ème}), l'Egypte (104^{ème}), l'Algérie (121^{ème}) et les autres pays d'Afrique du Nord.

Selon le classement établi par ce rapport publié en partenariat entre Cornell University, Insead et World Intellectual Property Organization (Wipo), la Tunisie est bien placée aussi dans le monde arabe, où elle n'est devancée que par un seul pays, Les Emirats Arabes-Unis (34^{ème}), tout en devançant l'Arabie Saoudite (66^{ème}), le Qatar (70^{ème}), le Koweït (78^{ème}), le Bahreïn (79^{ème}), la Jordanie (81^{ème}), Oman (84^{ème}) et Liban (87^{ème}).

En Afrique, la Tunisie n'est dépassée que par l'île Maurice (47^{ème}) et l'Afrique du Sud (60^{ème}).

Cliquer sur le lien pour télécharger :

https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020/tn.pdf

<http://kapitalis.com/tunisie/2020/09/03/la-tunisie-bien-classee-dans-le-global-innovation-index-2020/>




TUNISIA

65th Tunisia ranks 65th among the 131 economies featured in the GI 2020.

The Global Innovation Index (GI) ranks world economies according to their innovation capabilities. Consisting of roughly 80 indicators, grouped into innovation inputs and outputs, the GI aims to capture the multi-dimensional facets of innovation.

The following table shows the rankings of Tunisia over the past three years, noting that data availability and changes to the GI model framework influence year-on-year comparisons of the GI rankings. The statistical confidence interval for the ranking of Tunisia in the GI 2020 is between ranks 63 and 75.

Rankings of Tunisia (2018–2020)

	GI	Innovation inputs	Innovation outputs
2020	65	78	59
2019	70	74	65
2018	66	77	63

- Tunisia performs better in innovation outputs than innovation inputs in 2020.
- This year Tunisia ranks 78th in innovation inputs, lower than last year and lower compared to 2018.
- As for innovation outputs, Tunisia ranks 59th. This position is higher than last year and higher compared to 2018.

7th Tunisia ranks 7th among the 29 lower middle-income group economies.

7th Tunisia ranks 7th among the 19 economies in Northern Africa and Western Asia.

Sommaire :

- La GIZ soutient les PME tunisiennes à travers un plan d'action « Export »
- Vecosterre : compétition de stylisme modélisme eco-friendly.
- Amazon pourrait lancer une nouvelle plateforme réservée aux marques de luxe.

DANS CE NUMÉRO :

Actualités nationales	
La Tunisie bien classée dans le Global Innovation Index 2020	1
La GIZ soutient les PME Tunisiennes à travers un plan d'action "Export"	2
Vecosterre : compétition de stylisme-modélisme eco-friendly	2
Le CEPEX : accomplir les procédures de leur renouvellement avant le 30 septembre 2020	2
Covid-19 et secteur privé : Secours et résilience	2
Actualités internationales	
Amazon pourrait lancer une nouvelle plateforme réservée aux marques de luxe	3
Communication des marques : Les nouvelles tendances post-Covid-19	3
Relocalisations : les débuts d'une filière textile française autour du lin	3
Analysis shows that spinning power utilization in India is swiftly increasing	3

La GIZ soutient les PME Tunisiennes à travers un plan d'action "Export"

Votre entreprise souhaite développer ses exportations dans le contexte actuel de pandémie de Covid-19 ? Le Bureau de la coopération allemande au développement (GIZ) lance un appel à candidatures pour les PME tunisiennes à travers la réalisation d'un plan d'action et d'un diagnostic export. Les entreprises concernées qui bénéficieront d'un soutien individuel doivent évoluer dans l'un des secteurs d'activité suivants : textile, IME, agroalimentaire, BTP, santé et les TIC. Elles doivent, par ailleurs, être constituées d'un effectif compris entre 6 et 199 salariés et avoir un minimum de 2 ans d'activité.



Ce plan est destiné, notamment, aux entreprises ayant trouvé une difficulté avérée à l'export post-Covid et ayant déjà réalisé au moins une opération d'exportation et/ou ayant déjà un produit prêt à être exporté. De plus, la participation des femmes entrepreneures est fortement recommandée. Cette initiative s'inscrit dans le cadre du projet « Promotion des activités d'export créatrices d'emplois vers de nouveaux marchés africains » (PEMA) mandaté par le Ministère Fédéral Allemand de la Coopération Économique et du Développement (BMZ) et mis en œuvre par la GIZ en partenariat avec le ministère du Commerce et le Centre de Promotion des Exportations. À travers cette action, la GIZ s'engage dans la mise en œuvre des projets spécifiques au pays et des projets globaux et régionaux. La digitalisation, la migration et l'égalité des genres sont des thèmes transversaux principaux.

Pour participer, il suffit de compléter ce formulaire et de l'envoyer à : PEMA_Admin@giz.de au plus tard le 10/09/2020.

La sélection s'effectuera selon la base des critères d'éligibilité selon le principe de « premier arrivé, premier servi ».

<https://www.lemanager.tn/2020/09/05/la-giz-soutient-les-pme-tunisiennes-a-travers-un-plan-daction-export/>

Vecosterre : compétition de stylisme-modélisme eco-friendly

Le projet Vecosterre (vêtement écologique pour sauver la terre), un projet innovant dédié à la mode durable, organise une compétition de stylisme-modélisme le 10 septembre 2020, à l'hôtel Bizerta Resort à Bizerte.

Cet événement est organisé en collaboration avec la Fédération Tunisienne de Textile et de l'Habillement, Enda inter-arabe, l'école de stylisme Convergence et Miss Mode, l'Institut Tourisme Pro et l'Institut Maghrébin pour le développement durable. L'objectif est d'ancrer les concepts de mode durable et de préservation de l'environnement chez une dizaine de candidates de mode, qui ont bénéficié d'une série de formations durant le mois d'août dernier touchant plusieurs volets.

Vecosterre compte concilier entre 4 défis :

- ▶ Environnementale (préserver l'environnement).
- ▶ Business (aider les jeunes stylistes à lancer leur propre startup).
- ▶ Créatif & innovation (aider les jeunes à prouver leur esprit créatif).
- ▶ Sociale (créer des opportunités de travail pour les jeunes).

Chaque candidate est tenue de créer une pièce prête à porter à partir de vêtements usagés/anciens pour concrétiser la notion de recyclage et de la mode écologique et durable. Et ce devant un jury de spécialiste honoré par la présence de Salah Barka. Les lauréats vont bénéficier d'un accompagnement pour lancer leur propre startup.

<http://kapitalis.com/tunisie/2020/09/05/vecosterre-competition-de-stylisme-modelisme-eco-friendly/>

Le CEPEX :

accomplir les procédures de leur renouvellement avant le 30 septembre 2020

De ce fait, le CEPEX appelle les propriétaires des sociétés de commerce international (SCI), titulaires d'attestations délivrées pendant la période allant du 2 janvier 2016 au 30 juin 2018 de régulariser leur situation. Ces sociétés (résidentes, non résidentes et jeunes promoteurs) sont appelées à contacter les services du guichet unique du CEPEX. Et ce dans le but de régulariser leur situation, et ce, au plus tard le 30 septembre 2020, a précisé le CEPEX dans un communiqué publié sur son site Web. A cet effet, toute société de commerce international demeurant en défaut de régularisation au-delà de cette date, sera automatiquement déchue de son attestation conformément à la réglementation en vigueur et sera, par conséquent, définitivement retirée du système.

Rappelons qu'il est fort d'une expérience de plus de 40 ans dans la promotion des exportations tunisiennes.

En outre, il a développé un réel savoir faire dans l'accompagnement des entreprises exportatrices. Grâce à une riche panoplie de services et un réseau professionnel international, le CEPEX ambitionne de positionner et valoriser la marque « Tunisia Export » sur les marchés internationaux.

<https://www.leconomistemaghreb.com/2020/09/06/le-cepex-accomplir-les-procedures-de-renouvellement-avant-le-30-septembre/>



Covid-19 et secteur privé : secousses et résilience

Une enquête portant sur 2.500 entreprises privées dévoile la rude épreuve d'un secteur jusque-là autonome.

La pandémie de Covid-19 a effréné la relance économique dès les premiers mois de 2020. Une crise sanitaire mondiale, qui semble perdurer, avait mis en stand by quasiment tous les secteurs, intriguant ainsi les décideurs, les professionnels tout comme la population. Les répercussions fâcheuses du Covid-19 sur l'économie nationale, en général, et sur les entreprises privées, en particulier sont indéniables. Aussi, la Coopération internationale de finance (IFC) et Statistiques Tunisie, en étroite collaboration avec l'UE et La Confédération Suisse, se sont penchés sur l'impact de la crise du Covid-19 sur le secteur privé ; une question qui a fait l'objet de toute une enquête, réalisée en juillet 2020. Elle s'appuie, aussi, sur les résultats de l'enquête BPS, réalisée par la Banque mondiale et l'Institut national de la statistique (INS). La présente enquête a été effectuée en mai-juin 2020. Elle porte sur un échantillon représentatif de 2.500 entreprises privées appartenant à plusieurs secteurs stratégiques ; des entreprises de différentes envergures, dont certaines sont exportatrices et d'autres non-exportatrices, et ce, dans l'optique de déceler les secteurs les plus fragilisés par la pandémie.

<https://lapresse.tn/72748/covid-19-et-secteur-prive-secousses-et-resilience/>

Amazon pourrait lancer une nouvelle plateforme réservée aux marques de luxe en septembre

Autrefois boudé par le secteur du luxe, Amazon s'en est rapproché au fil des années.

Le géant du e-commerce ferait-il un pas de plus dans la vente de produits de luxe ? D'après le site WWD, Amazon a signé des partenariats avec une douzaine de marques de luxe, européennes et nord-américaines. Celles-ci devraient exploiter leurs propres boutiques sur une toute nouvelle plateforme. Toujours selon le site, le modèle commercial de ces nouveaux partenariats s'apparenterait à celui de Farfetch, à savoir sur un système de commission avec ses boutiques partenaires, à l'opposé de sites multimarques comme Matchesfashion. Tirant parti de sa logistique titanesque et de son impressionnant portefeuille, l'entreprise de Jeff Bezos donnerait accès à ses partenaires à un nouvel entrepôt logistique centralisé, géré par Amazon et situé en Arizona, ainsi qu'à une campagne marketing de 100 millions de dollars. En outre, les marques s'appuieraient sur le réseau de livraison du géant du e-commerce, ainsi que sur son service client. Initialement prévu au printemps 2020, ce nouveau projet a dû être repoussé en raison de la pandémie de Covid-19. Son déploiement serait désormais prévu pour septembre, selon WWD. Pour l'heure, la plateforme ne devrait être lancée qu'aux États-Unis. En effet, Amazon ne travaillerait qu'avec les bureaux et les filiales américaines des marques partenaires. Interrogé par WWD, Amazon a déclaré que l'entreprise "ne peut pas commenter les rumeurs ou les spéculations". Pourtant bien loin des valeurs d'exclusivité, de rareté et de sophistication chères au secteur luxe, Amazon a su tirer son épingle du jeu. Jusqu'à devenir un nouvel acteur de l'industrie de l'habillement.

<https://www.businessinsider.fr/amazon-pourrait-lancer-une-nouvelle-plateforme-reservee-aux-marques-de-luxe-en-septembre-185309>

Communication des marques : Les nouvelles tendances post-Covid-19

Après une période où les marques ont personnalisé leur communication à leur image avec des discours adaptés à la situation de confinement, aujourd'hui, le temps est venu de repenser sa communication pour répondre à des attentes basées sur des valeurs de transparence, de développement durable, de simplicité. Zoom sur les 5 grandes tendances de la communication de demain. Par Agnès Heudron, directrice associée d'Infinities Communication

Le monde d'après sera-t-il comme le monde d'avant ? Le consommateur a-t-il les mêmes attentes après avoir dû vivre enfermé, privé de ses repères de consommation, obligé d'apprendre rapidement l'usage des technologies avec les plates-formes collaboratives (Zoom, Team...), vivre dans un monde digitalisé et s'adapter au télétravail. Cette période de confinement a fait comprendre que la surconsommation n'était pas un mode de vie, que l'environnement était en grand danger, que les technologies trouvaient leurs limites et qu'il était possible de vivre sans aller en magasin.

Le client a modifié ses besoins et les enseignes quels que soient leurs secteurs ont dû réfléchir rapidement à d'autres offres, répondre aux besoins urgents, imaginer le monde d'après, développer le digital et repenser leur communication.

<http://officieldelafranchise.fr/points-de-vue-dexperts/communication/communication-des-marques-les-nouvelles-tendances-post-covid-19-10082020>

Relocalisations : les débuts d'une filière textile française autour du lin

La France est le premier producteur mondial de lin, un fibre, écologique et aux usages multiples. Mais 80% part en Chine pour être filé. Depuis 10 ans, en Alsace, le groupe Velcorex s'efforce de recréer une filière textile 100 % française autour du lin. Vingt ans qu'elles avaient disparu de France. C'est à Hirsingue, au Sud de Mulhouse, dans l'une des quatre entreprises textiles de son groupe Velcorex que Pierre Schmitt a installé une machine à filer le lin. Arrivée l'an dernier, elle était le maillon manquant pour reconstituer en France une filière entière, de la fibre au produit. Car la France est le premier producteur mondial de lin avec 150 000 tonnes par an. La plante aime le climat de la Normandie et de Picardie. Seulement depuis 20 ans, les filatures françaises ont fermé. Alors le lin est envoyé en Chine, surtout, et dans les pays de l'Est, où il est filé avant d'être réimporté.

Ceux qui traitaient la matière, eux, ont perdu leur emploi. Ce savoir-faire, Thierry Guth est l'un des derniers en France à l'avoir et à encore travailler, plus pour très longtemps. L'an dernier, le groupe Velcorex l'a fait venir.

<https://www.franceculture.fr/emissions/le-reportage-de-la-redaction/relocaliser-une-filiere-en-france-lexemple-du-lin>

Analysis shows that spinning power utilization in India is swiftly increasing

A latest analysis shows that spinning power utilization by India is swiftly climaxing. The survey covering 24 spinning mills with a total installed capacity of 79.63 million spindles indicates that overall capacity utilization exceeded 74% on July 23, and 84% on August 13. On May 11, Vardhman Textiles had a capacity utilization of 44 per cent, which increased by May-end to 69 per cent, 93-98 per cent in July, and 94-99 per cent by August 13.

Trident Group's capacity utilization increased from 24 per cent on May 11 to 98 per cent on August 13. Nahar Spinning registered spindle capacity utilization at 54% on May 11 which increased to 86% on May 31, 90% in July and 95-98% by mid-August. The power utilization of RSWM increased from mid-May 26 per cent to 75 per cent by mid-August. Capacity usage by Aarti International increased from 86 per cent in mid-May to 95 per cent in mid-August.

Cluster wise, there are 27.64 million spindles in the South Zone which includes Karnataka and Tamil Nadu. Haryana has 3.80 million spindles in the North Sector, including Punjab, Himachal Pradesh, Delhi, and power utilization increased up to 65% by August 13. In mid-August, capacity utilization in the Gujarat cluster like Ahmedabad and Surat grew to 75 per cent. Recovery within the structured sector has been stronger and quicker, according to the report. With 6.77 million spindles, capacity utilization in the organized sector in mid-May had declined to 44 per cent. It rose to 59 per cent by the end of May, 70 per cent by June, 74 per cent by July, and 84 per cent by mid-August, however. Resource usage also rose from 25% in May to 58% in the unorganised market.

<http://textilefocus.com/analysis-shows-spinning-power-utilization-india-swiftly-increasing/>