



PRÉCURSEUR Gianni Pavan, gérant d'Alsatextiles, à Riedisheim, innove avec l'impression numérique.

Textile : un label pour redécouvrir le tissu local

Il existe encore des entreprises de ce secteur qui produisent vraiment sur place. Elles sont désormais beaucoup plus faciles à repérer grâce au label Alsace terre textile.

Onze entreprises constituent la belle équipe à l'origine d'Alsace terre textile, un nouveau repère promis à un bel avenir. « Ce label d'excellence est l'équivalent d'une appellation d'origine contrôlée pour nos produits manufacturés », résume Catherine Aubertin, du Pôle textile Alsace, qui

accompagne ce projet. Après la campagne d'information prévue pour le lancement officiel, le 7 novembre, le logo sera visible pour la première fois sur les étiquettes d'étoffes de Noël du marché de Mulhouse. Elles seront créées en Alsace, imprimées dans les Vosges et confectionnées en Alsace,

L'ALSACE TEXTILE EN CHIFFRES

250 entreprises

8 500 emplois

80 % de PME-PMI

55 % du chiffre d'affaires à l'export

250 brevets en trois ans

80 % des entreprises sont tournées vers les marchés textiles techniques

à Thann, par la société **De fil en aiguille**. Il devrait faire ensuite son apparition sur des sets de table, des sacs, des nappes...

Il était temps de faire le ménage, car aujourd'hui la plupart des articles présentés comme traditionnels sont en réalité produits à l'autre bout de la planète. Les consommateurs n'y voient que du feu, pensant acheter du linge de table d'Alsace, puisque l'étiquette met en avant une belle cigogne. Le pire, c'est que des maisons réputées alimentent ce système.

« On veut remettre le clocher au bon endroit dans le village ! » : les promoteurs de ce nouveau système sont plutôt remontés. Pas question pour eux de s'appuyer sur les dispositifs actuels, complètement dépassés. La mention « made in France » ? Elle ne garantit rien : un drap confectionné en Tunisie avec un coton tissé en France peut l'arborer. Parfois, l'activité en France est même inexistante, ou presque. Le label Origine France garantie créé en 2011 ? Ses critères d'obtention sont contestés : les caractéristiques essentielles du produit doivent provenir du territoire français, un critère des plus flous, et au moins la moitié du prix de revient doit être obtenu en France. Ainsi, un vêtement fabriqué en Inde peut théoriquement l'arborer si on lui ajoute dans un atelier français une fermeture Eclair et quelques boutons...

Une vingtaine de sociétés rejoindraient le mouvement

C'est ce constat qui a poussé des professionnels comme **DMC**, **Barrisol** ou **Kelnet** à se prendre en main. Ils ne sont pas allés chercher l'inspiration bien loin. Alsace terre textile est la déclinaison de Vosges terre textile, qui a fait ses preuves dans le département voisin, à l'initiative du Syndicat textile de l'Est, basé à Epinal. Les entreprises candidates doivent d'abord être agréées, c'est-à-dire implantées dans le Haut-Rhin ou le Bas-Rhin, engagées en faveur de la production locale et conformes à des critères de traçabilité, de qualité, de créativité ou encore de développement durable.

Ensuite, pour qu'un produit puisse être étiqueté « Alsace terre textile »,

LE RENOUVEAU PAR L'INNOVATION

En Alsace comme dans les Vosges, l'industrie textile a gagné en modernité ce qu'elle a perdu en emplois et en manufactures. Bien sûr, quelques produits emblématiques y sont toujours fabriqués, comme les chaussettes Labonal (Dambach-la-Ville) et les fils à broder DMC (Mulhouse). Mais l'habillement et le linge de maison ne représentent plus qu'une petite partie du secteur.

*L'essentiel de l'activité est plus technique. Quatre leaders mondiaux du plafond tendu sont, par exemple, implantés sur le territoire, **Barrisol** en tête (130 salariés en Alsace). « L'événementiel bouge aussi beaucoup, note Catherine Aubertin. Le textile est en train de supplanter la bâche ou le PVC. Au kakemono publicitaire encombrant, compliqué à livrer, les clients préfèrent désormais les tissus qui peuvent être envoyés par voie postale. En plus, quand ils sont imprimés avec des colorants à base d'eau, c'est moins polluant. »*

***Kelnet** et **De fil en aiguille** se distinguent sur ce marché émergent, tout comme **Alsatextiles**, un précurseur de l'impression numérique dès 2005, bel exemple d'entreprise innovante. Passée de marchés de niche à de plus grosses commandes, la société emploie une douzaine de personnes. Elle imprime des tissus en grandes ou petites séries pour l'habillement (pour le créateur strasbourgeois Anatopik notamment) ou le linge de table (pour Linvosges), mais propose aussi des produits plus surprenants. Elle a ainsi développé une gamme de portes de placards coulissantes avec toile tendue en kit, sous la marque **Pixadecor**.*

*A Leroy-Merlin ou à Brico Leclerc, le client choisit un imprimé photo standard ou commande un autre visuel dans une banque d'images. Il peut aussi déployer ses propres images en passant par le site **Pixadecor.com**. Gianni Pavan, gérant de la société, se réjouit du succès du produit, porté par le boom de la personnalisation. Il est convaincu que s'ils travaillent en réseau d'autres belles surprises attendent ses collègues alsaciens.*

75 % de ses étapes de fabrication doivent être effectuées dans une aire géographique de référence... plus étendue que l'Alsace : le massif vosgien, au sens large (Haut-Rhin, Bas-Rhin, Meurthe-et-Moselle, Moselle, Haute-Saône, Vosges, Territoire de Belfort).

« Il était nécessaire d'élargir pour correspondre à un terroir textile, explique Catherine Aubertin. Le tissage est surtout présent dans les Vosges, mais l'impression est devenue l'ADN de l'Alsace. Nous sommes complémentaires et avons tout intérêt à travailler ensemble. » Les entreprises agréées sont soumises à un audit d'usine à l'inscription, renouvelé tous les trois ans, et la traçabilité des produits est contrôlée chaque année par un organisme indépendant. « L'idée, c'est montrer qu'il existe toujours un local, assure Catherine Aubertin. Nous encourageons les entreprises à rechercher des compétences locales et à monter des projets ensemble. C'est ainsi que nous pourrions recréer de vraies filières et sauvegarder les emplois, voire relocaliser certaines activités. »

L'âge d'or du textile alsacien, dont témoigne le musée d'Impression sur étoffes de Mulhouse, étant depuis longtemps révolu, la solidarité à l'échelle du territoire est vitale. Une vingtaine de sociétés envisageraient de rejoindre le mouvement dans les prochains mois.

Il faut dire qu'il s'agit aussi d'un puissant outil de marketing : séduit par l'idée d'une production locale garantie, un grand groupe de cosmétiques a commandé à l'une des premières entreprises labellisées près de 100 000 pochettes. Mais ses promoteurs le savent : pour que la France (puis le reste du monde ?) adopte le label, il faudra d'abord que les Alsaciens se l'approprient. Le comité de pilotage a prévu d'installer des panneaux « Alsace terre textile » à l'entrée des communes où sont installées des entreprises agréées, et a imaginé une « route du textile », avec visites d'ateliers. De quoi faire partager leur fibre alsacienne en toute transparence. ● **E. Le.**

www.alsaceterretextile.fr