

# Le textile alsacien lance son label

**SUR LE MODÈLE DE «VOSGES TERRE TEXTILE», ALSACE TERRE TEXTILE VEUT VALORISER LES SAVOIR-FAIRE RÉGIONAUX.**

**A**près *Vosges Terre textile*, voici que va naître le label *Alsace Terre textile*. Le lancement officiel du label et des premiers produits signés de cette appellation aura lieu le 7 novembre prochain à la *Société industrielle de Mulhouse (Sim)*. Porté par le *Pôle textile Alsace*, qui regroupe les industriels régionaux de la filière, soutenu par les pouvoirs publics, les instances économiques, les fédérations et les collectivités locales, *Alsace Terre textile* regroupe pour ses débuts treize industriels alsaciens : *Dmc* (leader de la toile à broder), *Barrisol* (toile tendue pour plafond), *Meyer-Sansbauf* (ficelles, cordes et tresses), *Alsatextiles* (impression numérique), *De fil en aiguille* (vêtements de sport), *Dhj International* (entoilages), *Etc* (ennoblissement), *Euro TF* (imprimeurs colorants de cuve), *Kelnet* (impression couleur sur microfibres pour les marchés de l'optique et du high-tech), *Kermel* (fibre polyamide ininflammable) et *Sempatap* (isolant sur support textile).

Comme *Vosges Terre textile*, lancé en 2011 par Paul de Montclos, le Pdg de *Garnier-Thiebaut*, les initiateurs du nouveau label veulent créer un logo commun pour des produits réalisés localement ou pour des entreprises mettant en œuvre un procédé industriel dans leur région. Cette sorte d'«Aoc industrielle» s'appuie sur une démarche volontaire des entreprises. Les membres doivent, bien sûr, avoir une implantation locale et être en mesure de garantir la traçabilité de leur chaîne de production. Ils peuvent faire labelliser leurs produits selon un cahier des charges certifiant la production locale. Sur une échelle de 100, 75 points sont nécessaires pour décrocher le label, pointant chaque étape de filière (création et recherche-développement, teinture de fils, filature-tissage, ennoblissement ou impression, confection-finition et logistique). Ce système assigne le même coefficient à tous les intermédiaires de la filière textile et valorise donc de façon égale tous ses acteurs, amorçant un cercle vertueux.

Par le choix d'un produit local, l'acheteur favorise la préservation des savoir-faire et la pérennisation d'emplois locaux. Dans les Vosges, le succès est avéré. Le label a posé les bases d'un marketing différenciant et séduit le grand public, averti par un logo sur des produits mis en valeur dans les points de vente qui les diffusent.

*Alsace Terre textile* va fonctionner selon le même principe. «Travailler avec les entreprises de notre environnement textile est à la fois une stratégie d'entreprise et une nécessité économique. Le label nous permet de mettre en avant ce qui fait l'Adn de notre entreprise : le travail en réseau avec des acteurs de la filière, pour l'économie de notre région, l'Alsace», résume Gianni Pavan, dirigeant de l'entreprise *Alsatextiles* et animateur du label. L'accent sera autant mis sur le produit labellisé que sur l'entreprise, qui souhaite promouvoir sa chaîne industrielle et ses procédés de fabrication, mettant en valeur ce qui fait la spécificité de la filière de la région Alsace, l'innovation technologique.

«La filière textile alsacienne est très centrée sur des niches techniques, des process innovants, avec des entreprises dévelop-



ment articulé autour de la vente en gros, alors que les Vosges concentrent beaucoup d'entreprises de linge de maison, lesquelles

ment articulée autour de la vente en gros, alors que les Vosges concentrent beaucoup d'entreprises de linge de maison, lesquelles

les s'adressent donc au grand public. Avec *Alsace Terre textile*, nous valoriserons autant les produits finis que les entreprises, grâce à un logo spécifiant «acteur», précise-t-on au *Pôle textile Alsace*.

Certaines entreprises labellisées prestataires pour des donneurs d'ordres vont cependant lancer des gammes de produits grand public spécifiques pour l'occasion. A l'instar d'*Alsatextiles*, qui va créer une gamme de linge de table à l'effigie d'une Alsacienne stylisée, ou de *Dmc*, qui labellise ses toiles à broder. La promotion auprès des consommateurs locaux sera assurée par le tram de Mulhouse, qui va arborer un nouvel habillage pendant un mois, mettant en scène la filière textile locale et valorisant une consommation ad hoc : 8.500 salariés travaillent dans la filière textile-habillement en Alsace, pour 250 entreprises

ODILE MOPIN ●

IMPRESSION NUMÉRIQUE CHEZ ALSATEXILES, L'UN DES INITIATEURS DU LANCEMENT DU NOUVEAU LABEL (LOGO CI-DESSOUS). Le label regroupe pour l'instant treize premiers industriels.



SOPHIE BOUHIER DE L'ECLUSE ●