

# Textile. Un label durable et innovant pour la région

● **INITIATIVE** Seize acteurs du textile se sont réunis sous un label, Alsace terre textile, pour rayonner et mettre en avant innovation et savoir-faire locaux. Décryptage.

Un tremplin, pas une fin en soi. Lors du lancement officiel du label "Alsace, terre textile", le mois dernier, ses initiateurs ont manifesté la volonté de faire fructifier le concept à l'intérieur comme à l'extérieur de la région.

Le nombre d'entreprises concernées par le label devrait pratiquement doubler en un an, à partir des 16 pionnières présentées début novembre : « L'objectif de 25 à 30 entreprises d'ici à fin 2014 est réaliste », estime Gianni Pavan, dirigeant de la PME Alsatextiles et président du comité de pilotage du label. Ce nombre correspondant au vivier d'entreprises identifiées comme étant en mesure de répondre aux exigences de 75 % de fabrication locale. La labellisation concerne les produits. Un total de 100 points est affecté à leur process : création et R&D, teinture, filature/tissage, ennoblissement ou impression, confection/ finition, logistique. Le label leur est accordé s'ils obtiennent au moins 75 points pour les étapes de fabrication qui se déroulent dans le massif vosgien, l'aire géographique



Quelques-uns des pionniers du label Alsace terre textile, également estampillé "Alsace excellence" dans le cadre de la marque Alsace.

retenue qui permet notamment d'inclure l'importante filière du département des Vosges. Avec cette méthode de calcul, il faut réaliser localement au moins deux des trois étapes-clés de filature/tissage, ennoblissement et confection pour aspirer

au label, selon Gianni Pavan.

## Un label qui essaime

Deuxième déclinaison de "Terre textile" après les Vosges qui en ont déposé la marque, l'Alsace ne sera pas la dernière. « L'Etat encourage à l'exten-

sion à quelques autres régions, comme le Nord-Pas-de-Calais, Midi-Pyrénées et Rhône-Alpes », annonce Catherine Aubertin, directrice du Pôle Textile Alsace, l'association d'entreprises à l'origine du projet alsacien. « Ceci peut donner une visibilité mondiale au textile français, un peu à l'instar du vin qui se compose de plusieurs AOC (appellations d'origine contrôlée) », ajoute Markus Schwyn, le président du Pôle Textile et P-dg de Kermel, à Colmar.

En Alsace même, le label peut entraîner toute une chaîne de fournisseurs derrière les figures de proue. « Il doit stimuler le travail en réseau qui n'est pas toujours spontané. L'atout du textile alsacien réside dans la multiplicité et la complémentarité de ses métiers : capitalisons ces valeurs ajoutées plutôt que de déplacer un produit à l'autre bout du monde pour le faire revenir pour l'étape suivante de sa fabrication. Disposer de fournisseurs fiables, c'est aussi important que trouver les débouchés », plaide Markus Schwyn.

Christian Robischon