

TEXTILE

À Thann, De Fil en Aiguille fabrique ces maillots que l'on s'arrache

le 12/12/2013 à 05:00 Laurent Bodin

Vu 445 fois

[Imprimer](#) | [Favoris](#) | [Facebook](#) | [Twitter](#) | [Envoyer à un ami](#) | [g+](#) | [0](#)

Notez cet article :



Les maillots sortent d'une seule pièce puis sont coupés et cousus en atelier. Photos Darek Szuster

Sur les 16 entreprises pionnières du label « Alsace terre textile » lancé début novembre, De Fil en Aiguille n'est pas la plus connue. Et pourtant, des milliers de sportifs portent les maillots fabriqués à Thann.

Les fameux maillots roses du Stade Français de l'époque Guazzini, entrés dans l'histoire du rugby français, venaient déjà de Thann. Il y a aussi eu Toulon et Biarritz hier, Montpellier aujourd'hui pour ce qui est du rugby, Dunkerque en handball... Les maillots et plus globalement les vêtements sportifs fabriqués par la PME De Fil en aiguille équipent bon nombre de clubs sportifs de haut niveau, connus ou pas, lui assurant la majeure partie de son chiffre d'affaires.

Ce qui n'allait pas de soi à l'origine puisque la PME créée en 1990 était d'abord spécialisée dans le linge de maison. En la matière, elle fournit encore des produits à façon, par exemple à Alsatextiles ou à Sempatap. Concernant cette dernière, le tissu d'un certain nombre de pièces de linge de maison est produit à Ensisheim et la confection dans l'atelier de Thann où des couturières font perdurer la grande tradition textile alsacienne.

Impression sur papier, puis transfert sur tissu

Mais le cœur de l'activité de la société de 16 personnes que dirige Vincent Brunner porte bien sur la réalisation et la confection de maillots sportifs. Faute d'agent commercial, les petits clubs locaux qui frappent à la porte pour faire réaliser un ou plusieurs jeux de maillots sont exaucés mais la majeure partie de la demande commerciale passe par les revendeurs d'articles de sport qui apposent leur publicité sur les maillots et, en contrepartie, équiper les clubs. De Fil en Aiguille est ainsi répertorié par Sport 2000, Equip' Sport, Intersport... Et il y a aussi les équipementiers, à l'image de Puma qui assure entre 20 et 25 % du chiffre d'affaires annuel de l'entreprise thannoise.

C'est l'impression numérique, avec une première machine achetée en 2001, qui a bouleversé l'existence de De Fil en aiguille. « Concrètement, pour chaque commande, aujourd'hui, nous recevons un dossier avec l'indication du client, les références du produit – telle taille, tel coloris... Nos infographistes traitent la commande et réalisent un visuel informatique qui est envoyé au client pour qu'il délivre le bon à tirer », explique Vincent Brunner.

Si l'impression sur tissu a son intérêt pour les drapeaux, elle se fait d'abord sur papier, lequel imprimé est alors inséré dans une machine spéciale, appelée « calandre de transfert ». Le tissu blanc tourne sur un cylindre à raison de 110 m par heure et le papier, entre le tapis et le cylindre, chauffé à 205°, imprime le tissu après 40 secondes de contact. La pièce entière est totalement terminée pour ce qui est fixation des couleurs ou des éléments imprimés, que ce soit logo ou texte. « C'est le principe de sublimation, passage d'un état solide à gazeux sans passer par l'état liquide. Le gaz qui se dégage se fixe sur les molécules de polyester », explique Vincent Brunner.

Mettre un pied sur le marché allemand

Pour lui, « le principe d'Alsace terre textile doit se développer à l'échelle nationale afin que chaque fois qu'il achète un produit estampillé "terre textile", le client sache que 75 % du process a été réalisé dans telle région, ou ailleurs dans le monde. »

Imprimés en une seule pièce, les maillots sortent de la calandre prennent alors la direction de l'atelier de coupe et de couture où s'activent les indispensables « petites mains ». Ils seront bientôt étiquetés « Alsace terre textile », à l'instar du linge de table vendu au marché de Noël de Mulhouse.

Aujourd'hui parmi les leaders du vêtement sportif en France, De Fil en Aiguille regarde du côté de l'Allemagne. Les outils sont prêts, reste à monter une structure commerciale légère qui permettra à la PME thannoise d'investir ce marché qui n'est pas moins dynamique, loin de là, que le marché français. La filière textile alsacienne a certes réduit la voilure par rapport au lustre d'antan mais ne manque pas d'ambition.