

Textile (9)

Le groupe Kermel, à Colmar, a plus que jamais la fibre protectrice

le 29/03/2014 à 05:00 Textes : Laurent Bodin Photos : Vanessa Meyer Wirckel

Le groupe Kermel, qui emploie une centaine de personnes à Colmar, est le leader européen du marché des fibres pour les vêtements de protection contre les flammes et la chaleur. La fibre Kermel peut résister à des températures extrêmes (jusqu'à 1000°C) pendant quelques secondes ou à de très hautes températures durant une période supérieure à plusieurs années. Avec cette production de haute technologie, l'entreprise alsacienne est présente sur le marché mondial et particulièrement active en Europe et en Amérique du Nord.



Dirigé par Markus Schwyn, qui préside aussi le pôle textile Alsace, Kermel produit une fibre utilisée pour la fabrication de vêtements pour les pompiers, pilotes de chasse, policiers ou encore dans l'industrie pétrochimie.
Photo Vanessa Meyer-Wirckel

Kermel, basé à Colmar, est le leader européen du marché des fibres pour les vêtements de protection contre les flammes et la chaleur. Dirigé par Markus Schwyn, lequel préside le pôle textile Alsace, Kermel fait partie des entreprises pionnières du label « Alsace terre textile ».

Kermel, c'est un symbole, celui du textile de haute technologie qui permet à l'Alsace de conserver un secteur industriel dynamique. Leader européen du marché des fibres pour les vêtements de protection contre les flammes et la chaleur, cette société d'une centaine de salariés, basée à Colmar depuis toujours, perpétue aussi la grande histoire de la chimie alsacienne à travers le textile. Tout ceci grâce à une fibre qui peut résister à des températures extrêmes (jusqu'à 1000°C) pendant quelques secondes ou à de très hautes températures durant une période supérieure à plusieurs années. C'est ainsi que Kermel équipe les sapeurs-pompiers, les militaires, des tankistes de l'armée de terre aux pilotes de chasse, les CRS français comme les carabinieri italiens, mais aussi les métiers de l'industrie avec des vêtements de protection à l'arc électrique ou les professionnels de la pétrochimie. « À Colmar, on fabrique notre propre polymère et on produit de la fibre. Après, des partenaires prennent le relais et transforment la fibre en fil puis le fil en tissu. Et le troisième maillon, c'est le confectionneur qui transforme le tissu en vêtement », précise Markus Schwyn, Suisse arrivé dans l'entreprise, en provenance de Lyon, en 1999.

Le rôle fédérateur d'Alsace terre textile

Parce que Kermel est présent sur un marché mondial et particulièrement actif en Europe et en Amérique du Nord, la partie confection est, le plus souvent, réalisée dans le pays de destination. « L'intérêt est d'avoir le plus de valeur ajoutée en transportant le moins possible », résume Markus Schwyn, patron de Kermel mais aussi président du pôle textile Alsace. Logique, donc, que Kermel ait rejoint, dès le début, le club des 16 entreprises pionnières du label Alsace terre textile qui assure au consommateur une géolocalisation fiable de la production.

« Le Made in France, aujourd'hui, n'est pas suffisant car imprécis et tributaire de la réglementation européenne. Le label Alsace terre textile, lui, offre une meilleure lisibilité au client final. Cette traçabilité et cette origine sont essentielles », indique Markus Schwyn.

Pour lui « cette preuve d'un Made in Alsace est, par extension, chez nos clients hors Europe, un gage de sérieux car Made in France. Autre bénéfice, qui joue moins pour Kermel que pour d'autres entreprises alsaciennes, c'est que le consommateur, habitué à se procurer des objets produits partout dans le monde, commence, après des années d'exotisme, à se replier. On l'a vu dans l'alimentaire qui joue un rôle précurseur. Enfin, ce label renforce le tissu économique dans le sens du réseau local. Il n'est pas dans les habitudes des industriels de se poser la question sur l'origine géographique. C'est fédérateur de voir cette valeur ajoutée au bénéfice des industriels. Pourquoi faire compliqué quand on peut faire simple et efficace ? Dans un environnement mondialisé, c'est un levier de réactivité. »

Markus Schwyn a ainsi un œil sur la filière textile alsacienne, l'autre sur le planisphère, veillant que Kermel reste à la pointe de la technologie : « Cela passe par le contrôle de toute la chaîne de production. Chaque fois que l'on reçoit une commande, le responsable des ventes va chercher à savoir quelle en sera l'application et quelle sera la destination finale ». Et si Kermel n'intervient pas comme maître d'ouvrage dans la production des vêtements utilisant sa fibre, l'entreprise garde un œil attentif et, lorsqu'il s'agit de nouveaux partenaires, notamment dans les pays émergents, comme c'est le cas en Amérique du Sud actuellement, tout le processus de production créé porte la marque Kermel. Laquelle a aussi trouvé un débouché inattendu dans les sports mécaniques en lançant la ligne de sous-vêtements pour motards Skeed où la fibre Kermel, là encore, fait des merveilles.



Au cœur de l'usine colmarienne, la fibre brute fait l'objet de toutes les attentions.

Kermel emploie 100 personnes sur son site de Colmar
Le groupe réalise un chiffre d'affaires annuel de 35 millions d'euros. 5 % du chiffre d'affaires est investi dans la recherche et le développement, secteur qui compte une dizaine d'employés
Via des salariés ou des agents, son réseau de vente est mondial, s'étendant du Chili au Japon. La moitié du chiffre d'affaires provient du secteur industriel, devant les textiles de protection des pompiers et des militaires (25 % chacun).

Laurent BODIN