



Toute une filière s'engage

## Articles parus dans la presse Année 2014

**DNA**  
DERNIERES NOUVELLES D'ALSACE  
17 RUE DE LA NUÉE BLEUE  
67000 STRASBOURG - 03 88 21 55 00



14 OCT 14

Quotidien  
OJD : 163692

Surface approx. (cm<sup>2</sup>) : 457

Page 1/2

SÉLESTAT Economie

# Quand le textile s'affiche

A défaut de pouvoir rallier la route des Vins, Sélestat devient une étape sur la nouvelle route « Alsace terre textile » que vient de mettre en place le Pôle Textile à partir des activités textiles encore présentes dans la région. C'est qu'il se cache beaucoup de technologies derrière un simple panneau...

Je n'ai pas tout de suite dit oui. On est déjà à côté de la route des Vins, il y a d'autres labels déjà mis en avant, et je n'ai pas tout de suite "tilté". Marcel Bauer, le maire de Sélestat, le reconnaît : faire adhérer Sélestat à un nouveau label ne semblait pas aller immédiatement de soi... Les arguments visiblement convaincants de Bernard Finckenbein, le président de DHJ International, entreprise spécialisée dans l'enduction textile et basée à Sélestat, ont eu raison de l'hésitation du maire. Un nouveau panneau est donc en train de fleurir aux entrées de ville de Sélestat. Mauve, il indique que Sélestat est dorénavant commune partenaire du label "Alsace terre textile". « Sélestat a toujours été une ville du textile », justifie désormais le maire. Et il y a encore quelques beaux restes : DHJ, mais aussi Albany (ex Martel Catala), parmi les 250 entreprises textiles recensées en Alsace.

### « Montrer que le textile existe encore »

En apparence bénin, le panneau ne représente que la face émergée d'un iceberg beaucoup plus conséquent et qui est fait de compétences et de savoir-faire. Il signale les entreprises qui remplissent un cahier de charges très contraint, avec notamment l'obligation de fabriquer au moins 75 % du produit dans la région. Des contrôles réguliers permettent de vérifier que les entreprises adhérentes respectent tous les critères.

Pour Bernard Finckenbein, le label, tout comme le panneau, « permet de donner de la visibilité à l'entreprise, et de montrer que le textile existe encore. Le textile a été soumis à de rudes épreuves et les gens se disent que ses jours sont comptés, voire qu'il a disparu. Ce panneau, entre autres, est là pour montrer que non. »

Pour DHJ, le label valide le fait que l'on réalise l'enduction sur place. L'impact est certes minime sur le grand public, « mais pour mes clients, qui vont acheter mes tissus enduits, le made in France, ou in Alsace, est important car ils le revendiquent. Et du coup, c'est pour moi un argument de vente que de dire que ces textiles sont enduits à Sélestat. » Ajoutons également que pour lui, l'obtention de ce label par l'entreprise et la pose de ces panneaux font office de reconnaissance pour le savoir-faire de l'entreprise. « C'est une fierté supplémentaire pour l'entreprise et ses collaborateurs. Et la garantie d'une reconnaissance par la ville. »

Le fait que Sélestat devienne une étape sur cette route du textile n'implique pas une évolution de la politique économique de la ville. « Ces panneaux symbolisent une reconnaissance apportée par Sélestat à ses entreprises textiles (Albany rejoindra peut-être le club des entreprises labellisées ? ndr). Le jour où ces entreprises auront besoin de la ville, par exemple pour envisager une extension, il est toujours bon de pouvoir compter sur les élus », estime Marcel Bauer. « Sélestat m'apporte une écoute, un soutien politique et technique, je ne demande rien d'autre », appuie Bernard Finckenbein.

### « A ce prix-là, on achète français »

Quant à la pérennité du textile à Sélestat, la somme injectée par DHJ dans sa recherche et développement (lire "le chiffre"), l'investissement attendu de 7,5 millions d'euros pour une nouvelle machine installée l'an prochain ainsi que les gages d'innovation que celle-ci garantit sont certainement de nature à rassurer les plus sceptiques...

« Ce qu'on produit est vendu jusqu'en Chine, pour le tissu fabri-

qué pour les impressions numériques. Nous produisons des fonctionnalités pour lesquelles nous sommes encore seuls sur le marché, depuis 25 ans. Nous devons cultiver 2 à 4 ans d'avance sur le marché par rapport à nos propres innovations. C'est cette même innovation qui nous permet de vendre. Car à ce prix-là, forcément plus élevé que pour d'autres localisations, et pour ce niveau d'innovation, on achète encore français », insiste Bernard Finckenbein. L'avenir semblerait déjà lui donner raison... ■

JF-OIT

### LE CHIFFRE

8 %

C'est la part du budget de DHJ International qui est investi dans la recherche et le développement. Un chiffre exceptionnel selon le Pôle Textile, alors que la moyenne, dans ce domaine, tourne plutôt autour des 2 à 5 %

### DHJ voit plus... large

Implantée depuis une quarantaine d'années à Sélestat, DHJ International s'est spécialisée dans l'enduction sur des supports textiles.

En parallèle, DHJ voit son activité tournée vers la publicité (impression de média-textiles) fortement augmenter jusqu'à représenter la moitié de la production de l'entreprise sélestadienne. Celle-ci vient d'investir 7,5 millions d'euros dans une nouvelle machine à enduction, qui lui permet de traiter des textiles de 5 mètres de large contre 3 actuellement. DHJ pourra ainsi doubler sa capacité de production l'an prochain et doper ses ventes de tissus pour la communication. Qui gamissent une demi-douzaine de containers par an à destination de la Chine.



Le pôle textile mise sur ces nouveaux panneaux pour mettre en avant les entreprises textiles qui produisent localement.



DHJ entretient encore la flamme du textile à Sélestat. PHOTO DNA - FRANCK DELPHENNE