ALSACE
terre textile

SOMMAIRE

Communiqué de presse Alsace Terre Textile……Page 3

Entreprises « Acteur Alsace Terre Textile » :

ALSATEXTILES……Page 4

BARRISOL……Page 5

CORDERIE MEYER SANSBOEUF……Page 6

DE FIL EN AIGUILLE……Page 7

DHJ INTERNATIONAL……Page 8

DMC……Page 9

ENNOBLISSEMENT TECHNIQUE DE CERNAY……Page 10

EURO TF……Page 11

KELNET……Page 12

KERMEL……Page 13

SEMPATAP……Page 14

Contacts entreprises……Page 15

Le Pôle Textile Alsace, porteur du Label Alsace Terre Textile……Page 16

Communiqué de presse, Mulhouse le 2 avril 2013

Alsace Terre Textile : un nouveau label pour le textile alsacien

Le Pôle Textile Alsace emmène 11 entreprises dans une démarche d'obtention du label Alsace Terre Textile, à l'image de Vosges Terre Textile qui existe déjà avec succès. C'est l'occasion pour tout un territoire d'affirmer sa compétence textile spécifique et de valoriser ses entreprises innovantes.

Comme le résume Gianni Pavan, dirigeant d'Alsatextiles et leader du groupe d'entreprises motivées par ce label : « *Travailler avec les entreprises de notre environnement textile est à la fois une stratégie d'entreprise et une nécessité économique. Le label nous permettrait 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 ».* Solidarité du textile alsacien, excellente image vis-à-vis de l'extérieur, haute compétence et process innovants : tout cela mérite bien un label et les 11 premièresentreprises engagées dans la démarche l'ont bien compris.

Défendre des valeurs communes

De DHJ, spécialiste de l'enduction de tissus pour leur conférer des propriétés diverses, à De Fil en Aiguille qui confectionne 80.000 maillots de sport par an, en passant par la Corderie Meyer-Sansboeuf, leader de la ficelle alimentaire en Europe, sans oublier DMC ou Barrisol qu'on ne présente plus, les entreprises innovantes de la filière textiles alsacienne manquaient d'une bannière commune. Au-delà, le label affiche des valeurs partagées. « *Il est important de s'inscrire dans une histoire industrielle et de soutenir notre région. Excellence de nos produits, respect et préservation des savoir-faire régionaux et maîtrise de nos circuits fondent une industrie durable, c'est une question de vision sociétale* », affirme Benoît Basier de la Corderie Meyer-Sansboeuf.

Le Pôle Textile Alsace, promoteur du label

Le déploiement du Label « Terre Textile » en Alsace constitue l'une des actions stratégiques des actions de promotion portées par le Pôle Textile Alsace. Il a pour objectif de promouvoir les métiers et les savoir faire et de les valoriser auprès d'un public large : entreprises, institutions et grand public. L'objectif final est de stimuler ainsi les collaborations et les synergies locales, voire de relocaliser certaines étapes de fabrication toute en apportant des garanties de traçabilité aux consommateurs. Enfin, ce label met en valeur le textile alsacien, une filière réputée à la fois pour son ancienneté, son professionnalisme et sa renaissance par l'innovation.

Textile Alsace
PÔLE DE COMPÉTENCES
Contact : Catherine AUBERTIN, Animatrice du Pôle Textile Alsace
25, rue Alfred Werner - BP 72076 - 68059 MULHOUSE Cedex 2
Tél : 03 89 42 74 08 - contact@textile-alsace.com - www.textile-alsace.com

ACTEUR ALSACE terre textile

Alsatextiles® Solutions pour l'impression textiles

EDITO

« Le label Alsace Terre Textile correspond en tout point à la philosophie de notre entreprise. Dès le départ, nous avons affiché notre préférence pour des fournisseurs et partenaires alsaciens ou vosgiens, et avons donné la priorité aux diplômés de l'ISTA dans nos recrutements. Travailler avec les entreprises de notre environnement textile est à la fois une stratégie d'entreprise et une nécessité économique. Le label nous permettrait 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. »

Gianni PAVAN
Gérant d'Alsatextiles

Au Fil d'une Histoire

Alsatextiles est issue du monde de la gravure et en a hérité plusieurs savoir-faire, dont l'analyse du dessin ou encore son interprétation à l'impression. Dès 2005, les créateurs d'Alsatextiles se sont lancés dans un créneau alors émergent : l'impression numérique.

Au départ, l'entreprise fabriquait de toutes petites séries pour des marchés de niche. En quelques années, l'impression numérique s'est imposée, les marchés se sont élargis et l'entreprise est passée de 2 à 12 personnes.

Les Chiffres Clés

- CA HT : 1,5 millions d'euros
- 12 collaborateurs dont 5 sont issus de l'ISTA (école de chefs de produits mulhousienne)
- 2012 : Augmentation de capital de 38.000 à 96.000 euros
- 8 machines d'impression, 2 calandres et 1 vapo
- Laize : impression sur coton jusque 180 cm, impression sur polyester jusque 260 cm

Des Savoir-Faire

Le coût fixe et les contraintes de la gravure traditionnelle étaient élevés. L'impression numérique dont Alsatextiles est l'un des précurseurs autorise l'impression de petites séries, de prototypes ou de tissus personnalisés, voire numérotés. Avec le progrès des équipements, le rendu des couleurs est de très haute qualité et il n'y a pas de limite à la créativité des motifs imprimés. Alsatextiles maîtrise l'impression de multiples supports (de 50 à 500 g/m^2)comme les tissus adhésifs ou les velours et assure également la confection des produits finis grâce à un nouvel atelier dédié à la finition.

Les Produits / Les Marchés

Alsatextiles travaille sur des niches de marché en moyen-haut de gamme dans trois grands secteurs :

- L'habillement pour lequel l'entreprise peut imprimer les tissus de toute une collection, en petite ou grande série.
- L'ameublement et la décoration qui couvrent plusieurs domaines, de la nappe (jusqu'à la confection) au tissu imprimé pour des portes de placard, en passant par des tapis ou moquettes.
- L'entreprise travaille aussi pour l'événementiel (banderoles, etc.) et la communication.

A titre d'exemple, Alsatextiles a imprimé 80.000 pochettes numérotées pour une marque cosmétique.

ACTEUR ALSACE terre textile

BARRISOL®
LE N°1 MONDIAL DU PLAFOND TENDU

EDITO

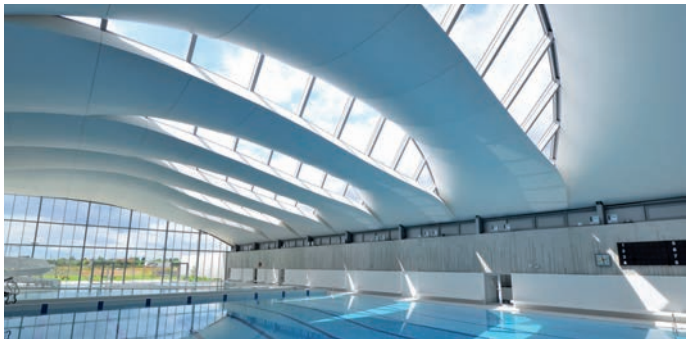
« Innovation, qualité, environnement, éthique, maîtrise de la technique, des délais et respect des partenaires sont les maîtres-mots de la société, et ce depuis plus de 45 ans. Ces valeurs incontournables nous ont permis de nous hisser à la première place mondiale. Notre société bénéficie d'un savoir-faire local, d'une volonté de développer et de conserver cette expertise ainsi que ce niveau d'excellence. Face à la concurrence mondiale qui ne recherche pas la qualité et le respect des règles de santé, d'hygiène et de sécurité, nous devons afficher cette différence en informant le consommateur sur l'origine des produits pour lui garantir : la qualité, la sécurité et la santé. C'est pour nous l'un des rôles d'un label comme Alsace Terre Textile en plus de garantir l'origine des produits. »

Jean-Marc Scherrer
Président

Au Fil d'une Histoire

1967 : création de la société NORMALU par Fernand Scherrer

1975 : Naissance du plafond tendu BARRISOL, récompensé par la Médaille d'Argent de l'Innovation Batimat/France. Au fil des années, Barrisol a développé des innovations majeures et a déposé plus de 70 brevets. En 2011, cette politique d'innovation et de développement a valu à Barrisol le prix spécial du design du jury à Batimat pour l'ensemble de ses produits. L'innovation permanente permet à Barrisol d'être numéro 1 mondial, présent dans plus de 150 pays avec un réseau de plus de 1.200 distributeurs



Les Chiffres Clés

- Environ 130 salariés en Alsace
- Environ 1200 installateurs à travers le monde dans plus de 150 pays
- Environ 21 millions d'euros de chiffre d'affaires

Des Savoir-Faire

Le savoir-faire unique au monde de Barrisol intègre l'ensemble du process d'un plafond tendu :
Production en Alsace • Matériaux de très haute qualité • Maîtrise parfaite des revêtements, tension parfaite et pérenne de chaque plafond • Confection par soudure haute fréquence de chaque pièce • Développement et production en interne de toutes les structures, de la plus simple en 2D à la plus complexe en 3D • Un centre R&D • Un centre de formation • Un suivi et un contrôle qualité de chaque pièce produite.

Les Produits / Les Marchés

Les plafonds Barrisol proposent la plus grande palette de couleurs et de finitions :
- 240 couleurs, 15 finitions et imprimables numériquement.
- Une gamme de plus de 70 profilés de fixations pour répondre à toutes les contraintes techniques
- 20 systèmes sont aujourd'hui proposés tant sur le marché du particulier que pour le professionnel dans plus de 150 pays.

BARRISOL® Tradition®
BARRISOL® Star®
BARRISOL® Mural®
BARRISOL® Acoustic®
BARRISOL® Lumière®
BARRISOL® Lumière color®
BARRISOL® caissons lumineux®
BARRISOL® Luminaire®
BARRISOL® Modulaire®
BARRISOL® Formes 3D®
BARRISOL® Imprimé®
BARRISOL® & Design
BARRISOL® Créadesign®
BARRISOL® Trempo design®Acoustic®
BARRISOL® TREMPO®
BARRISOL® Stands & Structures événementielles
BARRISOL® dalles®
BARRISOL® Miroir®
artolis® by **BARRISOL®**
BARRISOL® Miroir acoustique®

ACTEUR ALSACE terre textile

Corderie Meyer-Sansboeuf

EDITO

« Notre savoir-faire séculaire dans le domaine des ficelles, tresses et cordes est notre richesse, il est ancré à Guebwiller depuis 1881 et plusieurs générations d'ouvriers et d'ingénieurs l'ont développé. Toute l'énergie de notre entreprise est concentrée sur le maintien et le développement de ce savoir faire local, avec l'aide des nouvelles technologies et de notre service Recherche et Développement, en pointe dans notre secteur. Ensuite, préserver 100% de notre fabrication sur place et créer de la richesse en Alsace ne relève pas seulement d'une volonté de conformité à un label. La démarche Alsace Terre Textile est pour nous l'occasion d'affirmer notre vision sociétale qui repose sur des valeurs d'excellence. Excellence de nos produits, maîtrise totale de nos circuits (courts), respect et préservation des savoir faire des hommes et des femmes de notre entreprise »

Benoît Basier
Président de Meyer-Sansboeuf

Les Chiffres Clés

- CA HT : 5,65 millions d'euros en 2012, plus de 6 M en 2013
- 48 collaborateurs
- Plus de 4000 produits différents
- 20 % de l'activité à l'export (en croissance de 30% par an) dans toute l'Europe, en Amérique du sud, Afrique du Sud, aux USA et Canada via des distributeurs.

Des Savoir-Faire

Le savoir-faire historique de Meyer-Sansboeuf est l'assemblage, le retordage et l'enduction de ficelles, cordes et tresses. Depuis 2007, ce savoir-faire s'est affiné grâce aux technologies modernes. Les cordes sont désormais fonctionnalisées et deviennent isolantes, conductrices, hydrophobes, odorantes, inaltérables ou biodégradables… Ces produits de haute technologie répondent à des cahiers des charges précis et font l'objet de recherches permanentes par le service R&D de l'entreprise.

Au Fil d'une Histoire

Fondée en 1881, l'entreprise est née du mariage entre Monsieur Meyer et Mademoiselle Sansboeuf. Spécialisée dès le départ dans le domaine de la ficelle et de la corde pour l'entraînement des machines textiles, elle s'est considérablement diversifiée depuis. Aux mains de la même famille jusqu'en 1989, l'entreprise a amélioré ses process de fabrication et s'est progressivement adressée à toute l'industrie. Après une période de difficultés, elle a été reprise en 2007 avec l'idée de revenir aux savoir faire fondamentaux, tout en les orientant vers le marché. L'esprit client est prégnant à tous les niveaux de l'entreprise et chaque projet est mené par une équipé dédiée. Sa croissance est aujourd'hui d'environ 8 % par an.

www.meyer-sansboeuf.com

Les Produits / Les Marchés

Les cordes, tresses et ficelles se voient attribuer différentes propriétés liées à leur usage, souvent en milieu extrême : froid, chaud, aqueux, gras, alcoolique, acide, etc.

D'où trois marchés principaux :

- Le secteur agro-alimentaire où la ficelle Meyer-Sansboeuf est leader en Europe, avec de ficelles stables de –40° à +220°
- Les cordes pour la grande plaisance, où elles sont confrontées au sel, aux UV, au froid, à la résistance mécanique et bien sûr à l'eau. L'entreprise participe à des courses nautiques et possède 30% du marché.
- Les marchés spécifiques où l'entreprise développe des solutions sur mesure, notamment dans le secteur du levage ou du tirage en environnement extrême.

ACTEUR ALSACE terre textile

Defil
marquez et démarquez-vous !

EDITO

« Notre entreprise familiale remonte à plusieurs générations. Je suis pour ainsi dire né dans le textile… et dans une vallée où les fabriques étaient très nombreuses, nous figurons aujourd'hui parmi les rares survivants. Si nous avons su préserver un savoir-faire et une fabrication locaux, c'est parce que nous avons eu la chance de pouvoir nous adapter à de nouveaux marchés en élargissant notre savoir-faire de base : la confection. Nous avons une réputation de sérieux sur le marché national en partie parce que nous sommes une entreprise alsacienne... Le savoir-faire et l'industrie de notre région méritent d'être défendus ! Le label Alsace Terre Textile est un symbole important pour toutes les entreprises comme la nôtre, qui défendent leur territoire contre vents et marées »

Vincent Brunner
Gérant De Fil en Aiguille

Au Fil d'une Histoire

Spécialisée dans la confection de linge de table et de lit depuis plusieurs générations, De Fil en Aiguille a connu des difficultés dans les années 1980, liées au phénomène de délocalisation avec des tensions sur les prix.

Son dirigeant a alors créé une structure spécialisée sur un marché de niche : le vêtement de sport.

Depuis 1990, De Fil en Aiguille confectionne et personnalise des vêtements de rugby, de football et de bien d'autres sports comme l'athlétisme ou le hockey.

www.defil.fr

Les Chiffres Clés

- CA HT : 1,25 millions d'euros en 2012
- 16 collaborateurs
- Impression de 70.000 maillots-shorts par an.

Des Savoir-Faire

De Fil en Aiguille confectionne et imprime des maillots avec une personnalisation rendue possible par l'impression numérique. Le service de personnalisation avec nom et numéro du joueur coûtait cher en impression classique. L'entreprise s'est spécialisée dans l'impression numérique par sublimation qui lui permet d'imprimer tout un maillot en le personnalisant. Elle est devenue l'un des leaders nationaux du vêtement de sport personnalisé en petites ou grandes séries.

Les Produits / Les Marchés

Les maillots de sport sont vendus aux grandes marques d'équipementiers ainsi que dans les moyennes surfaces spécialisées dans le domaine du sport. Ainsi, PUMA, Adidas, Sport2000 Intersport figurent parmi les références de l'entreprise, qui propose aussi un service de design textile.

Depuis 2011, De Fil en Aiguille propose aussi aux agences de communication et services publicité des drapeaux, beach flags et bannières en textile imprimé.

EDITO

« Le label Alsace Terre Textile a ceci d'important qu'il apporte une visibilité à toute la filière alsacienne du textile. Même si mon entreprise est essentiellement tournée vers l'export, je trouve qu'il est bon de rappeler que notre savoir faire et notre personnel sont alsaciens et sont issus de toute une histoire textile. Et vis-à-vis de nos partenaires locaux et notamment allemands, la force et la complémentarité des acteurs de la filière doivent être mises en avant. En faire partie montre une solidarité à l'échelle du territoire qui est vitale aujourd'hui . »

Bernard Finckenbein
Président de DHJ international

Au Fil d'une Histoire

Créée en 1973, la SENFA (Société d'Enduction à Façon) a pour activité principale l'enduction de triplures thermocollantes destinées à renforcer les cols de chemises pour DHJ (Dubin Haskell Jacobson). Dix ans plus tard, on assiste à la fusion de la SENFA et DHJ. L'entreprise se diversifie avec l'enduction de tissus industriels qui leur donnent différentes propriétés d'occultation, d'inflammabilité, d'imperméabilité…

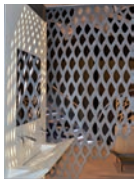
En 1995, le groupe Chargeurs rachète la société et DHJ International voit le jour. Investie dans la recherche et développement, l'entreprise s'est récemment orientée dans la démarche de l'éco-conception.

www.dhj-international.com

Les Chiffres Clés

- CA HT : 20 millions d'euros
- 80 collaborateurs
- 80% de l'activité à l'export
- Usine de plus de 10.000 m^2
- 40 ans d'expérience de l'enduction

Des Savoir-Faire



DHJ International dispose d'un parc machines à Sélestat (67) lui permettant d'enduire des supports divers d'une largeur maximale de 3,40 mètres.

Les tissus enduits sans PVC réalisés par DHJ permettent de leur donner des propriétés diverses : tissus enduits raidissants, brise-lumières, anti–UV, 100 % occultants, lavables, non-feu, flockés, colorés, imprimables par transfert…

Par ailleurs, DHJ international continue à produire et commercialiser les triplures qui apportent maintien et souplesse aux cols et poignets à destination des meilleurs confectionneurs de chemises du monde.

Les Produits / Les Marchés

Les secteurs d'utilisation sont variés : habillement, décoration, supports publicitaires.

Exemples :

- préparation de thermocollant pour la production des bases de renfort pour les cols de chemise (triplure),
- traitement anti-taches de tissus (nappes de table, tissus d'ameublement),
- traitement d'affiches destinées à la publicité ou l'événementiel pour impression jet d'encre,
- réalisation de supports visuels, tels que des rideaux de scène.

DHJ propose aussi des développements spécifiques.

ACTEUR ALSACE terre textile

EDITO

« DMC, spécialisée dans la préparation et la teinture en écheveaux de fils à broder, fils pour crochet et tricot, assure une reproductibilité fidèle de plus de 570 coloris. La solidité et la qualité du fil, fabriqué à partir des meilleures fibres du monde (coton d'Egypte) sont les valeurs ajoutées incontournables des fils DMC. Grâce à des investissements importants, DMC se distingue par l'automatisation poussée de sa fabrication d'échevettes, de pelotes, de bobines et de sa ligne logistique. Par ailleurs l'entreprise développe sa propre gamme de toiles à broder, dont la fabrication est progressivement relocalisée dans la région, dans le but de mieux maîtriser le process de fabrication. »

Dominique Poile
Président de DMC

Au Fil d'une Histoire

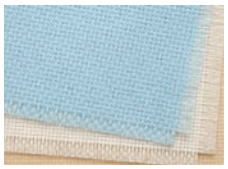
Dollfus-Mieg et Compagnie (DMC, appellation depuis 1800) est une entreprise d'impression sur tissus (indiennes) qui remonte à 1746. En 1850, Jean Dollfus (fils de Daniel) découvre en Angleterre l'invention du chimiste MERCER , le mercerisage qui procure au fil de coton, résistance et aspect soyeux. Il développe alors sa gamme de fils à broder en relation avec une célèbre brodeuse, Thérese de Dillmont. Après quelques dissensions entre associés, la fabrique d'indiennes est liquidée en 1888. En 1961, DMC fusionne avec Thiriez/Cartier Bresson et adopte le logo de la tête de cheval toujours présent aujourd'hui. Avoir traversé une grave crise dans les années 1990, l'activité broderie du groupe DMC a été reprise par trois investisseurs industriels fin 2008. Depuis cette date, l'activité de loisir créatif s'est à nouveau développée avec une volonté de valorisation de son savoir-faire local.

www.dmc.fr
www.boutique-dmc.fr
blog.dmc.fr

Les Chiffres Clés

- CA HT : 60 millions d'euros en 2012
- 350 collaborateurs, dont 250 à Mulhouse
- L'export dans 130 pays représente 85% de la production
- DMC commercialise 1 million d'échevettes par jour
- 40.000 points de vente à travers le monde

Des Savoir-Faire



DMC, spécialisée dans la préparation et teinture en écheveaux de fils à broder, fils pour crochet et tricot, assure une reproductibilité fidèle de plus de 570 coloris. La solidité et la qualité du fil, fabriqué à partir des meilleures fibres du monde (coton d'Egypte) sont toujours les valeurs ajoutées incontournables des fils DMC, disponibles en 570 couleurs. Grâce à des investissements importants, DMC se distingue par l'automatisation poussée de sa fabrication d'échevettes, de pelotes, de bobines et de sa ligne logistique. Par ailleurs l'entreprise développe sa propre gamme de toiles à broder, dont la fabrication est progressivement relocalisée dans la région, dans le but de mieux maîtriser le process de fabrication.

Les Produits / Les Marchés

Les fils, les toiles, les kits et accessoires sont diffusés dans trois circuits principaux :

- le circuit traditionnel, grossistes ou merceries selon les produits
- les chaînes de magasins spécialisés en loisirs créatifs ou en rayons de GMS consacrés à ce domaine
- le e-commerce avec toute la gamme DMC, soit 10.000 références comprenant toutes les références de fils et de kits à broder.

ACTEUR ALSACE terre textile

Ennoblissement Technique Cernay
ETC

EDITO

Notre entreprise fait partie du patrimoine local depuis 210 ans.

Si nous entrons aujourd'hui dans la démarche Alsace Terre Textile, c'est parce que l'entreprise ETC s'inscrit dans la continuité d'un savoir faire typiquement alsacien au sein d'un écosystème textile qui nous est cher. Notre savoir-faire est resté local, nos partenaires industriels sont en Alsace et même nos clients y sont pour 80% d'entre eux. La proximité entre acteurs de la filière a de nombreux avantages, elle permet de travailler ensemble dans un esprit commun, par exemple en co-conception de produits et de travailler avec des effets de synergie très forte dans des domaines de compétences unanimement reconnus dans la profession. Alsace Terre Textile permet d'afficher une identité de compétence du textile alsacien.

Francis Hobeika
DG d'ETC

Eric Frasson
PDG d'ETC

Au Fil d'une Histoire

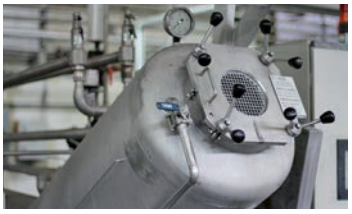
ETC est née voici plus de 200 ans et son cœur de métier depuis lors est la transformation de textile à façon.

Longtemps intégrée à des groupes de taille importante, la société ETC a su remonter la pente en avril 2012 grâce à un plan de relance énergique, consolidant son activité de façonnier et élargissant ses horizons aux métiers techniques et à l'export.

Les Chiffres Clés

- CA HT : 3,5 millions d'euros
- 3 à 4 millions de mètres de tissus traités par an
- 34 collaborateurs
- Site industriel implanté depuis plus de 200 ans

Des Savoir-Faire



ETC est une usine d'ennoblissement qui a la particularité de pouvoir traiter des tissus mixtes, composés de fibres naturelles et de fibres synthétiques. Les traitements complexes de teinture des multifibres peuvent etre complétés par l'apport de fonctionnalités (conférant des propriétés d'imperméabilité, d'ignifugation, d'oléofugation, de protection anti-bactérienne...). Spécialisée à l'origine dans le tissu destiné à l'habillement, l'entreprise ETC se tourne de plus en plus vers le traitement des textiles techniques.

Les Produits / Les Marchés

Dans son secteur d'activité, qu'est l'ennoblissement a façon, ETC est capable de traiter :

- Les fibres cellulosiques et multi-fibres complexes,
- Les textiles destinés a l'impression numerique jet d'encre,
- Les non-tissés
- Les tissus employés dans la protection individuelle (anti-feu, anti-taches, imperméabilisation, anti-bactérien,micro-encapsulation...)
- Les supports en chaine et trame et en maille pour enduction

Aujourd'hui, ETC est en mesure d'offrir une prestation textile dans un registre très technique et dans une très large palette de produits .

ACTEUR ALSACE terre textile

EURO TF

EDITO

« L'usine d'ennoblissement Euro TF fait partie du patrimoine industriel et culturel de la vallée de Munster en Alsace depuis 1785.

Héritiers d'un maître de l'industrie textile, André Hartmann, nous possédons un savoir-faire qui respecte trois mots-clés : la qualité, l'authenticité, la rapidité.

Depuis toujours nous nous appuyons sur cette terre textile, sur sa main d'oeuvre qualifiée et compétente.

Alsace Terre Textile est l'occasion de valoriser nos compétences techniques et nos valeurs au travers d'un label contrôlé qui garantit le respect de critères rigoureux.

A moyen terme, Alsace Terre Textile permettra de redynamiser la filière et pourquoi pas de relocaliser des savoir-faire partis dans d'autres pays. »

Jean Luc Husson
Président d'EuroTF

Au Fil d'une Histoire

Fondée en 1785, l'entreprise fut le premier imprimeur textile de France. De 1789 à 1950, c'est la famille Hartmann qui dirige l'entreprise. Au cours du 19ème siècle, la création des indiennes fait la réputation des Manufactures Hartmann et Fils. En 1826, l'entreprise emploie 1.400 ouvriers, soit 90% de la main d'oeuvre textile du Haut-Rhin. En 1857, la production de l'indienne est arrêtée pour le lancement des activités filature, tissage et blanchiment.

En 1950, le dernier Hartmann, André, décède sans héritier. En 1957, le groupe des héritiers de Georges Perrin (HGP) reprend l'entreprise. En 2009, l'entreprise d'ennoblissement change à nouveau de mains et devient Euro TF.

Aujourd'hui, EuroTF est l'un des derniers imprimeurs colorants de cuve en France et l'un des deux derniers en grande laize.

www.eurotf.com

Les Chiffres Clés

- CA HT : 6 millions d'euros
- 4 millions de mètres ennoblis par an
- 43 collaborateurs
- 50 cahiers des charges-client réalisés par an

Des Savoir-Faire

Euro TF, usine d'ennoblissement, donne aux étoffes l'aspect visuel, les propriétés physiques et esthétiques souhaitées par le client.

Quelle que soit la matière, Euro TF adapte son savoir-faire à la demande, en blanchissant la matière brute, en la teignant avec des colorants ou pigments d'origine végétale ou encore par l'impression de tout type de décor.

Sans oublier l'apprêt chimique ou mécanique pour lui donner des propriétés techniques (protections diverses) ou des effets lustrés, vieillis, satinés…

Les Produits / Les Marchés

Parmi les marchés d'Euro TF :

- les grandes administrations européennes
- le tissu pour les vêtements de protection (militaire, police, pompier, industrie…)
- le tissu à usage technique (support d'enduction)
- le tissu pour la décoration (tissu d'ameublement)

Cette diversité permet à EuroTF d'être en veille permanente en Recherche et Développement. Son partenariat avec l'usine de tissage HGP Villersexel (labellisée Acteur Vosges Terre Textile) optimise ses productions.

ACTEUR ALSACE terre textile

Kelnet

EDITO

« Lorsque j'ai créé la société Kelnet, l'un de mes objectifs était de m'appuyer sur les compétences textiles existantes en Alsace. J'ai choisi de m'implanter à Wesserling, bassin historique reconnu dans le domaine de l'impression textile. Aujourd'hui, les technologies et les process ont évolué. J'ai fait le choix de la technologie de l'impression numérique en m'appuyant sur une main d'œuvre qualifiée et compétente. Le Label Alsace Terre Textile est une opportunité pour moi en tant qu'acteur de la filière pour valoriser ces savoir-faire locaux. C'est un gage de qualité et de traçabilité vis-à-vis de nos clients. Nous souhaitons grâce au Label continuer à promouvoir nos compétences locales »

Claude Kelbert
Président de Kelnet

Au Fil d'une Histoire

En tant qu'ancien professionnel de l'optique, Claude Kelbert a proposé aux opticiens de transformer leur essuie-verre monocouleur classique en un support de communication innovant, qualitatif et personnalisé pour leur permettre de fidéliser plus facilement leurs clients.

Pour réaliser ce projet, Kelnet a vu le jour en 2003 et a immédiatement investi dans la technologie de l'impression numérique sur textile. Un tournant important pour l'entreprise a été l'année 2007 avec l'installation sur le Parc de Wesserling, berceau de l'industrie textile en France. Cela a permis à l'entreprise de continuer d'investir, d'embaucher et de proposer de nouveaux marchés.

Kelnet est aujourd'hui le leader français du marché de l'optique.

Les Chiffres Clés

- CA HT : 2,5 millions d'euros par an
- 13 collaborateurs
- A doublé son chiffre d'affaires en 3 ans
- 30% du chiffres d'affaires à l'export

Des Savoir-Faire

La société Kelnet est le leader français de l'impression couleur sur microfibres pour les marchés de l'optique et du high-tech.

Elle développe une offre très variée de collection d'images exclusives et propose grâce à ses compétences en infographie un service sur mesure à ses clients. Kelnet est le spécialiste de l'impression numérique par sublimation, ce qui permet de proposer des produits personnalisés.

Kelnet réalise découpes, confection et assemblage en fonction des demandes clients.

Les Produits / Les Marchés

Les produits micro-fibres imprimés en numérique de Kelnet sont destinés aux marchés de :

- L'optique : nettoyage des verres de lunette et étui à lunettes
- L'objet publicitaire : pour le secteur high tech qui nécessite un entretien délicat sans rayure (téléphone, tablettes, écran, appareil photo, CD...)
- Les musées : reproduction d'œuvres d'art sur microfibre

ACTEUR ALSACE terre textile

KERMEL
NOTRE MONDE EST PERFORMANCE

EDITO

« Dans le monde de la Globalisation où tout le monde fournit et achète des biens partout et où l'information circule via le Net, on a tendance à oublier quelques fondamentaux. Aussi, il est utile de se référer à nos origines de savoir-faire, notre "terroir" où nos ancêtres dans le cas de KERMEL, ont développé dès les années 1960 une fibre thermostable qui a débouché sur le développement d'un procédé de fabrication unique au monde.
Aujourd'hui, nous continuons à capitaliser sur ce savoir-faire, tant au niveau Recherche & Développement que Marketing et le label Alsace Terre Textile nous permet de l'afficher. »

Markus Schwyn
PDG de KERMEL

Au Fil d'une Histoire

Issue des recherches de Rhône-Poulenc dans les années 60, la fibre Kermel® est produite sur le site de Colmar (68) depuis 1972. Jusqu'en 1984, les ventes de fibres sont réservées à l'Armée et à la Police française, puis elle s'ouvre à l'ensemble des marchés du vêtement de protection (Pompiers) dans le monde entier.

La société KERMEL est créée en juillet 1992 par joint-venture et devient une filiale de Rhône Poulenc à 100% en août 1996. En 1998, KERMEL intègre le groupe Rhodia.

En 2002, KERMEL est rachetée par son management.

En 2007, Barclays Private Equity France en devient l'actionnaire principal. Depuis 2012, Qualium est le nouvel actionnaire majoritaire de KERMEL.

www.kermel.com

Les Chiffres Clés

- 100 employés en France
- Une quinzaine de responsables de zones ou d'agents dans le monde
- 5% du chiffre d'affaires investi en R&D
- Plus de 70% du chiffre d'affaires fait à l'export

Certificats ISO 9001 version 2008 pour la Qualité
OHSAS 18001 pour la Sécurité
label OEKOTEX pour la Santé

Des Savoir-Faire

La fibre Kermel® est une fibre polyamide-imide ininflammable par nature. Elle assure une excellente isolation thermique, ainsi qu'une très bonne résistance mécanique et résistance aux produits chimiques. Elle est aussi colorée dans la masse durant le processus de fabrication, assurant la solidité des coloris. La fibre Kermel® ne génère pas de boulochage et garde durablement un aspect irréprochable.

KERMEL s'est illustrée plusieurs fois en remportant des prix de l'Innovation pour ses produits ou actions (Concours "Alsace Innovation en Grand Pays de Colmar", octobre 2012).

Les Produits / Les Marchés

- La fibre Kermel®, résistante à la chaleur et aux flammes, répond aux besoins des sapeurs-pompiers, des militaires et du maintien de l'ordre en France, en Europe et dans le Monde.
- Les vêtement en fibres Kermel® sont aussi utilisés dans l'industrie. Associant ininflammabilité, isolation thermique, confort, résistance mécanique, durabilité, tenue aux agents chimique ou facilité d'entretien, ils s'adaptent à toutes les situations.
- KERMEL se diversifie sur le marché des vêtements et sous-vêtements de sport de vitesse avec sa marque SKEED®, portée par les pilotes de moto et auto en compétition.
- Enfin, KERMEL a également développé des solutions pour applications techniques et industrielles, comme pour la filtration de gaz chauds, l'isolation électrique...

ACTEUR ALSACE terre textile

Sempatap® Isole et protège

Georges G.

EDITO

« Notre entreprise s'inscrit profondément dans l'histoire textile de l'Alsace pour l'ensemble de ses activités. La première, qui consiste à produire des isolants minces basés sur la technique d'enduction de mousse de latex sur support textile, et la seconde, qui est de proposer des articles textiles pour la table et la décoration, répondent à la même logique : faire perdurer un savoir-faire historique avec les moyens innovants d'aujourd'hui, produire en Alsace et s'entourer de partenaires de la filière textile pour certaines de nos productions. Pouvoir afficher cette spécificité de notre entreprise au travers du label Alsace Terre Textile est une perspective qui nous motive et nous réjouit". »

Jean-Jacques Gaechter
PDG de Sempatap SAS

Au Fil d'une Histoire

1979 : Création d'une ligne d'enduction suisse située à Sempach. Le but est de fabriquer un revêtement polyvalent aussi simple à poser qu'un papier peint. Sempatap est né : fusion de Sempach et de Tapeten (papier peint en allemand).

1983 : Création de Sempatap Sàrl, qui vend les produits réalisés par la ligne d'enduction suisse

1993 : Rachat de la ligne d'enduction suisse et réinstallation en Alsace, à Ensisheim (Protap sarl).

1998 : Les deux sociétés fusionnent et se regroupent sur le site d'Ensisheim sous le nom de Sempatap SA.

2004 : Création de la gamme textile pour les arts de la table sous la marque GeorgesG

A ce jour, la gamme de produits s'étend de la rénovation à l'acoustique en passant par l'isolation thermique et l'art de la table. Tous les produits sont fabriqués en grande majorité en Alsace.

www.sempatap.com
www.georgesg.com

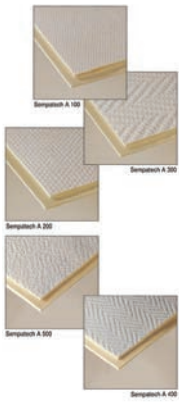
Les Chiffres Clés

- 4,3 millions de CA HT
- 18 collaborateurs
- 65% des ventes réalisées à l'export
- Un belle percée des produits arts de la table aux USA

Des Savoir-Faire

Sempatap possède deux types de savoir-faire issus du textile :

- La fabrication d'isolants minces basée sur la technique d'enduction de mousse de latex sur support textile, qui ont des propriétés isolantes aussi bien sur le plan thermique qu'acoustique.
- La production d'une gamme de produits pour les arts de la table et la décoration, fabriqués pour leur grand majorité en partenariat avec d'autres entreprises de la région : tissus fabriqués dans les Vosges, préparés chez ETC à Cernay, imprimés chez Alsatextiles près de Mulhouse et confectionnées par De Fil en Aiguille à Thann.



Les Produits / Les Marchés

Les isolants minces sont distribués à des grossistes en produits de second-oeuvre à travers toute la France

Les produits arts de la table (nappes, serviettes, carrés décoratifs, etc.) sont commercialisés à des boutiques spécialisées en linge de maison et décoration, ainsi qu'au Musée de l'Impression sur Etoffes à Mulhouse pour les motifs issus de ses collections.

Entreprises "Acteur Alsace terre textile®"

Gianni Pavan
03 89 64 50 70 - gp@alsatextiles.fr
www.alsatextiles.fr

Eric Frasson
06 07 87 81 66 - e.frasson@etcernay.com

Hervé Munck
03 89 83 20 06 - hmunck@barrisol.com
www.barrisol.com

Jean-Luc Husson
06 85 52 73 62 - jl.husson@eurotf.fr
www.eurotf.com

Benoit Basier
03 89 74 54 50 - bbasier@meyer-sansboeuf.com
www.meyer-sansboeuf.com

Claude Kelbert
03 89 57 69 77 - c.kelbert@kelnet.fr
www.kelnet.fr

Vincent Brunner
03 89 75 75 40 - defilsubli@hrnet.fr

Markus Schwyn
03 89 20 47 31 - markus.schwyn@kermel.com
www.kermel.com

Bernard Finckenbein
03 88 85 07 64 - bfinckenbein@chargeurs-interlining.com
www.chargeurs-interlining.com

Jérome Morin
03 89 83 48 80 - j.morin@sempatap.com
www.sempatap.com - **www.georgesg.com**

Michel George
03 89 31 91 90 - mgeorge@dmc.fr
www.dmc.fr

Le Pôle Textile Alsace, porteur de la déclinaison du Label Alsace Terre Textile.

L'association du Pôle Textile Alsace a été créé par et pour des industriels textiles de la région. Son rôle est de fédérer et d'animer la filière textile alsacienne pour en améliorer les performances. Orienté « matériaux », le Pôle s'appuie à la fois sur une tradition industrielle régionale et les innovations d'un large réseau de PME-PMI aux nombreuses applications marchés.

Le Pôle Textile Alsace a pour objectifs d'accompagner les compétences de ces entreprises, d'anticiper les diversifications de la filière et de promouvoir les solutions innovantes auprès de marchés ciblés.

Chiffres clés :
Une filière composée de 8 500 salariés, 50 entreprises membres dont 20% de TPE 70% de PME-PMI, 250 brevets déposés en 3 ans, 600 millions de CA, 55% de part du CA réalisé à l'international.

Les trois missions du Pôle Textile Alsace :

Favoriser l'innovation
Développer les marchés
Promouvoir le textile alsacien

Le déploiement du Label « Terre Textile » en Alsace constitue une des actions stratégiques des actions de promotion portée par le Pôle Textile Alsace. Il a pour objectif de promouvoir les métiers et les savoir faire et de les valoriser auprès d'un public large : entreprises, institutions et grand public. L'objectif final est de stimuler ainsi les collaborations et les synergies locales, voire de relocaliser certaines étapes de fabrication toute en apportant des garanties de traçabilité aux consommateurs. Enfin, ce label met en valeur le textile alsacien, une filière réputée à la fois pour son ancienneté, son professionnalisme et sa renaissance par l'innovation.

Contact Pôle Textile Alsace **:**
Catherine AUBERTIN
25, Rue Alfred Werner – BP 72076
68059 MULHOUSE Cedex 2
Tel : 03 89 42 74 08
Courriel : contact@textile-alsace.com

Contact Alsace Terre Textile **:**
Courriel : contact@alsaceterretextile.fr
www.alsaceterretextile.fr