

Accueil > Actualité > Alsace

TEXTILE

Un label AOC pour promouvoir le savoir-faire de l'industrie alsacienne

le 08/11/2013 à 05:02 Textes : Laurent Bodin Photos : Thierry Gachon

Vu 589 fois

Imprimer | Favoris | Facebook | Twitter | Envoyer à un ami |

Notez cet article :



Accompagné d'une exposition devant la CCI Sud Alsace à Mulhouse, le label « Alsace terre textile » a officiellement été lancé hier par Markus Schwyn, Gianni Pavan, Luc Gallet et Catherine Aubertin.

Une « appellation d'origine contrôlée », c'est ce que vise le label « Alsace terre textile » officiellement lancé par le Pôle textile Alsace hier à Mulhouse.

Votre pub sur YouTube
Touchez des clients qualifiés et boostez votre activité!
Visionner sur YouTube

Si le dossier Virtuose fait toujours l'objet d'âpres négociations pour que l'entreprise de Hirsingue puisse redémarrer sous l'égide de Pierre Schmitt, le lancement, hier à Mulhouse, du label « Alsace terre textile » était d'abord un rendez-vous festif. L'occasion de mettre en avant « une industrie textile alsacienne qui réussit », selon l'expression de Michel Georges, directeur des opérations de DMC, l'une des 16 entreprises pionnières de ce label « Alsace terre textile » copié sur le modèle vosgien qui a fait ses preuves.

Le principe de cette labellisation – pour ne pas dire certification dans la mesure où des contrôles indépendants sont menés avant l'attribution du label – est simple. « Pour être labellisé, un produit doit totaliser 75 points sur 100 », explique Gianni Pavan, PDG d'Alsatexiles et président du comité de labellisation au sein du Pôle textile Alsace. « Pour chaque catégorie de produit, le déroulement du processus de fabrication est défini chronologiquement selon les étapes suivantes : création et R &

D, teinture de fils, filature-tissage, ennoblement ou impression, confection-finition et enfin logistique. Un certain nombre de points (dont le total est 100) est affecté à chaque étape du process en fonction de son importance relative dans la fabrication globale. Si les étapes de fabrication qui se déroulent dans l'aire géographique de référence – l'Alsace et les départements du massif vosgien limitrophes – totalisent au moins de 75 points, le label est accordé. » Et Gianni Pavan de préciser : « L'entreprise est auditée par un organisme indépendant : l'IFTH [Institut français du textile et de l'habillement] tous les trois ans. Les étapes de fabrication de ses produits feront l'objet d'un contrôle annuel, grâce à une plateforme de traçabilité issue du projet Ecoltex, initiée par Schaeffer Productique. »

« Faire la différence par l'excellence »

« C'est une machine à capitaliser nos différentes industries sur le plan local », indique Markus Schwyn, président de la société colmarienne Kermel et du Pôle textile Alsace, qui ajoute : « Le "Made in...", quel que soit le pays, n'est pas suffisamment précis et fiable pour que le client industriel ou le particulier puissent lui faire une totale confiance. Deuxième point : la course à la minute de confection la moins chère dans le monde connaît également ses limites. De plus, nous observons l'importance grandissante des exigences en matière de santé, par exemple face à des teintures et finissages de tissus et tricotés incompatibles avec nos valeurs. Enfin, un autre aspect concerne le développement durable qui nous conduit à nous demander s'il est intelligent de nos jours de faire voyager des matières autour de la planète en pesant inutilement sur le bilan carbone. Il y a donc d'autres valeurs à privilégier et c'est ce qui nous a amenés à lancer "Alsace terre textile". »

Ce que résume Jean-Luc Husson, président d'Euro TF : « Pour faire la différence, il nous faut réaliser l'excellence. » « L'industrie textile est connotée par la difficulté de son secteur le plus important qu'est l'habillement mais le textile, c'est de plus en plus des matériaux souples, des produits techniques », ajoute l'ancien président du Pôle textile, Luc Gallet, par ailleurs président de la Sim (Société industrielle de Mulhouse). « En la matière, l'Alsace est riche d'un grand savoir-faire. Par le choix d'un produit local repérable via ce label, l'acheteur favorise la préservation des savoir-faire et la conservation d'emplois locaux », note Luc Gallet.

Disponibles depuis hier au Musée de l'impression sur étoffes et à l'Office de tourisme de Mulhouse, les produits labellisés « Alsace terre textile » seront présentés au grand public dans le « chalet des créateurs » du marché de Noël de Mulhouse, les 23 et 24 novembre, avant de rejoindre les circuits de distribution traditionnels. Reste maintenant à espérer que les consommateurs prendront en considération ce « marqueur ». L'industrie textile alsacienne ne pourra pas survivre sans son marché local.

16 pionniers

le 08/11/2013 à 05:00

Vu 87 fois

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

Notez cet article :

 Alsatextiles (Riedisheim) : impression numérique, linge de maison, décoration intérieure et accessoires textiles ;
Barrisol (Kembs) : décoration intérieure et accessoires textiles ;
Corderie Meyer-Sansboeuf (Guebwiller) : production de fil, ficelle, corde, tresse ;
Defil (Thann) : impression, confection ;
DHJ International (Sélestat) : ennoblissement, induction ;
DMC (Mulhouse) : production de fil, ficelle, corde, tresse, fil à broder et toile à broder ;
Euro TF : impression, ennoblissement, enduction, fabrication de linge de lit ;
Jacob Holm Industries (Soultz) : fabrication de non-tissé ;
Kelnat (Felling) : ennoblissement, enduction, fabrication d'accessoires textiles, produits publicitaires ;

Kermel (Colmar) : production de fibre ;

Sempatap (Ensisheim) : impression, fabrication de linge de maison ;

Sericenter (Wolfisheim) : impressions personnalisées.

SNTM SAS , Tricotage de Marmoutier (Marmoutier) : tricotage, confection ;

Tissage des Chaumes (Sainte-Marie-aux-Mines) : tissage ;

Velcorex (Saint-Amarin) : ennoblissement, enduction.

Alsatextiles ou le succès de l'impression numérique

le 08/11/2013 à 05:00

Vu 123 fois

Imprimer | Favoris | Facebook | Twitter | Envoyer à un ami |

Notez cet article : ★★★★★



L'un des produits phare d'Alsatextiles lors d'une opération de contrôle.

À Riedisheim, Alsatextiles est l'un des précurseurs de l'impression numérique sur textile.



Des produits Alsatextiles, vous en avez peut-être chez vous, sans le savoir, entre la marque Pixadecor, distribuée par Leroy-Merlin, les trousse de toilette Yves Rocher, les nappes Linvoges, les foulards Castelbajac ou le linge de table Garnier-Thiebaut, jupes de la marque strasbourgeoise Anatopik...

L'atout de l'entreprise ? L'impression numérique, apparue en 2005 et qui, depuis 2007, a permis à l'entreprise basée à Riedisheim de croître. « Elle a révolutionné notre activité, notamment pour les petites séries. Inutile, comme par le passé, d'accumuler cadres et cylindres d'impression, à raison d'un par couleur », indique Gianni Pavan, le PDG d'Alsatextiles, entreprise désormais connue et reconnue pour son savoir-faire en la matière. C'est ainsi que la PME a dépassé les 100 000 m de nappes imprimées, avec quatre formats différents pour Linvoges. Il faut dire que l'impression numérique d'Alsatextiles est bluffante, offrant, en sortie, des tissus d'une qualité incroyable.

Fabrication française : un choix de L'Oréal

Alsatextiles travaille sur des niches de marché en moyen-haut de gamme dans trois secteurs : l'habillement en petite ou grande série, l'ameublement et la décoration, l'événementiel et la communication. Ce dernier secteur, en hausse constante, représente plus de 20 % de son chiffre d'affaires. Il a notamment livré un tissu imprimé de 250 m de long pour Vulcania.

Pour Gianni Pavan, le label « Alsace terre textile » est très attendu. « J'ai été approché par le groupe L'Oréal, avec qui je travaille aujourd'hui, lorsque l'idée du label est apparue. Pour eux, fabriquer en France est très important », note le chef d'entreprise qui, lui-même, dans ses achats, veille à privilégier les produits français.

Chiffre d'affaires : 1,4 million d'euros.

13 salariés.

Une centaine de clients, dont 20 importants.



Crédit Mutuel
LA banque à qui parler

Accueil > Actualité > Alsace

DMC : la fierté mulhousienne d'un fil mondialement connu

le 08/11/2013 à 05:00

Vu 243 fois

Imprimer | Favoris | Facebook | Twitter | Envoyer à un ami |  

Notez cet article : ★★★★★



DMC reste le leader mondial du fil à broder. Un million d'échevettes, fabriquées à Mulhouse, sont vendues chaque jour.

« DMC produit tous ses produits phare à Mulhouse et se doit de le faire savoir », insiste Michel Georges, directeur des opérations du groupe.

Si le terrain de jeu de DMC, mais aussi sa notoriété sont planétaires, le cœur de l'entreprise bat toujours à Mulhouse, où DMC fabrique et teinte ses fils de coton et, à Illzach, où est aujourd'hui basée son activité logistique. « Cela représente 235 de nos 320 employés travaillant en Alsace », indique Michel Georges, directeur des opérations d'un groupe qui n'a pas hésité quand s'est posée la question de participer à la mise sur pied d'un label « Alsace terre textile ».

« DMC produit toujours ses produits phare à Mulhouse et veut le faire savoir. C'est important pour nous, mais aussi pour le client final. Nous avons besoin de communiquer parce qu'"Alsace terre textile", c'est un label vrai, souligne encore Michel Georges. C'est la valorisation d'un savoir-faire et d'un produit de qualité, avec une vraie traçabilité. »

Présidée par Dominique Poile, DMC se distingue par une automatisation poussée de sa fabrication d'échevettes, de pelotes, de bobines et de sa ligne de logistiques. Ses produits

sont diffusés dans trois circuits principaux : le circuit traditionnel (grossistes ou merceries), les chaînes de magasins spécialisés en loisirs créatifs ou en rayon des grandes et moyennes surfaces. Enfin, DMC est présent dans l'e-commerce, avec quelque 10 000 références.

52 tonnes de marchandises en stock

Pour pouvoir proposer ses 6 000 références, l'entreprise a repris, après les soubresauts de la fin des années 2000, un plan d'investissement qui oscille entre 500 000 et 600 000 € par an. C'est ainsi qu'après une nouvelle machine de teinture (d'un coût de 350 000 €) en 2012, une nouvelle merceriseuse (machine offrant une meilleure pénétration au colorant) a été installée. Cet investissement de 550 000 € doit permettre de traiter 80 % de la production de fils de coton. Laquelle se fait en 2x8, l'atelier de teinture travaillant, lui, en trois équipes. Pour répondre à n'importe quelle demande, évidemment urgente, DMC stocke 52 tonnes de marchandises à Mulhouse et Illzach pour l'Europe, à New York pour le continent américain et Singapour pour l'Asie.

Et si l'heure est à la diversification, notamment avec la laine produite en Italie, ou de nouveaux partenariats (Hooked et depuis peu les bonnets Myboshi, dont DMC est le distributeur pour la France, l'Italie, la péninsule ibérique, le Benelux et le Royaume-Uni), la stratégie de DMC est bien de garder les fils de coton comme locomotive. Une locomotive aux couleurs d'« Alsace terre textile », évidemment.

Chiffre d'affaires : 60 millions d'euros, dont 70 % issus de la production de l'usine de Mulhouse.

85 % à l'export, dans 130 pays, soit 40 000 points de vente.

Effectifs mondiaux : 320 salariés, dont 240 en France (235 à Mulhouse et Illzach).

Un million d'échevettes fabriquées à Mulhouse vendu chaque jour dans le monde.



Crédit Mutuel
LA banque à qui parler

Lundi 11 novembre 2013 13:38:50

[Accueil](#) | **Région** | [Faits-Divers](#) | [France-Monde](#) | [Sport](#) | [Loisirs](#) | [Multimedia](#) | [Le blog](#) | [Offre-habitat.fr](#)

[Accueil](#) ▷ [Bas-Rhin](#) ▷ [Sélestat](#)

Innovation : DHJ (Sélestat) primée

le 08/11/2013 à 05:00

[Imprimer](#) | [Favoris](#) | [Facebook](#) | [Twitter](#) | [Envoyer à un ami](#) | [g+1](#)

Notez cet article : ★★★★★

L'une des 16 entreprises engagées dans le label « Alsace terre textile », DHJ International, basée à Sélestat, a décroché le prix Alsace Innovation pour sa mise au point d'« Innovent », un tissu pour rideaux, isolant phonique et thermique, occultant et ignifugé. DHJ, qui fête ses 40 ans d'existence et emploie 83 personnes, est l'un des spécialistes mondiaux de l'enduction sur tissus, c'est-à-dire la formulation et l'application de pâtes conférant à des tissus des qualités particulières.