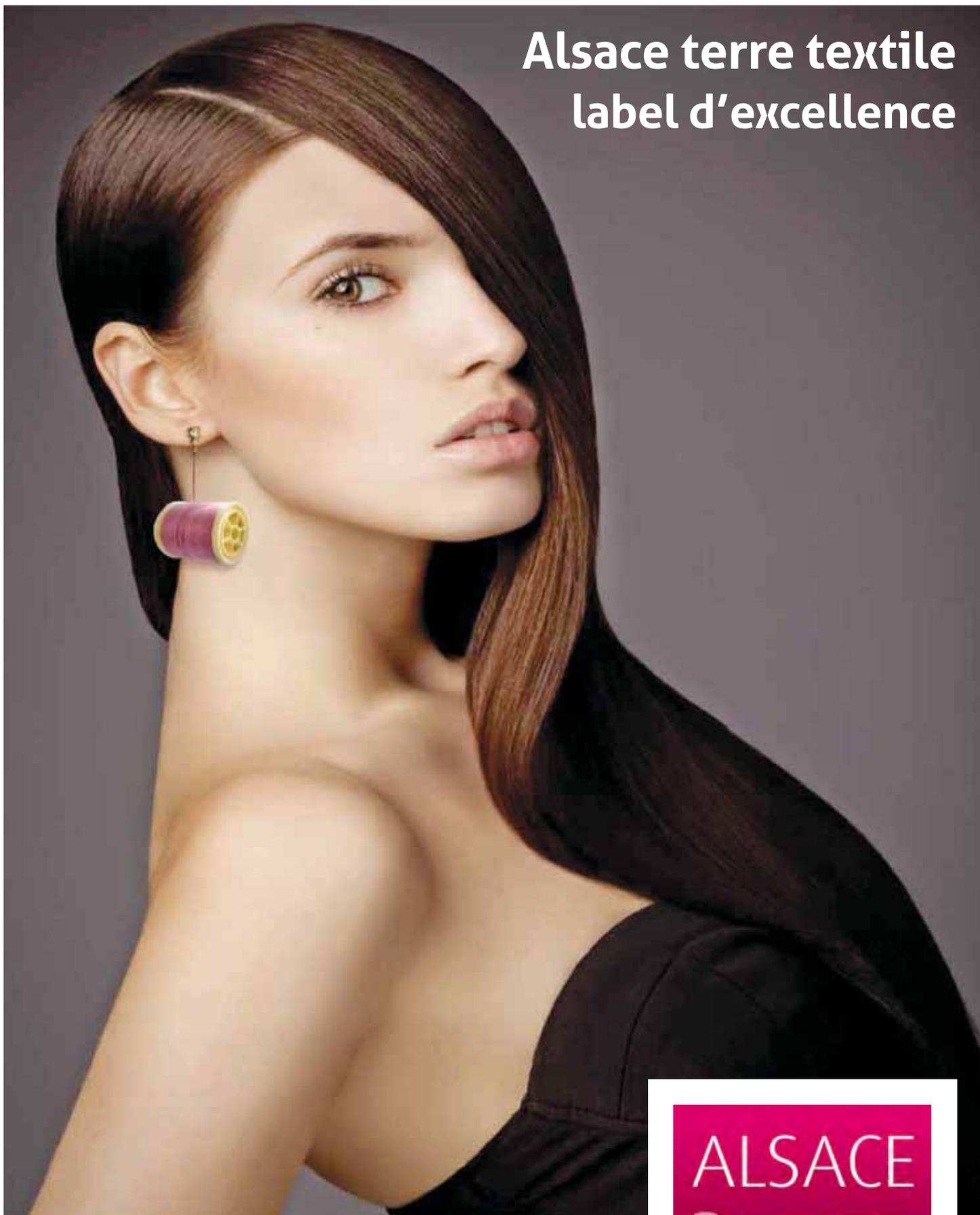


Alsace terre textile
label d'excellence



Toute une filière s'engage



Markus Schwyn
Président de Kermel
Président du Pôle Textile Alsace

« Il y a d'autres valeurs à privilégier »

Le constat est le suivant : Le "Made in...", quel que soit le pays, n'est pas suffisamment précis et fiable pour que le client industriel ou le particulier puissent leur faire une totale confiance. Autre exemple : 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 ?

Les producteurs, aussi bien que leurs clients, se rendent bien compte qu'il y a d'autres valeurs à privilégier. Toutes ces considérations et d'autres, liées à notre histoire, incitent de plus en plus d'acteurs à relocaliser certains métiers et à s'intéresser davantage au "tissu industriel local". D'où le label Alsace Terre Textile que nous lançons le 7 novembre 2013.

Un label d'excellence pour toute une filière

La Région Alsace, à travers la marque **Alsace**,
promeut l'excellence des entreprises d'Alsace.

En partenariat étroit avec la Région, la filière textile alsacienne
lance un label d'excellence qui reflète les savoir faire
et le caractère régional de ses entreprises et de leurs produits :
Alsace terre textile.



Pourquoi un label textile en Alsace ?

Le déploiement du label "Alsace terre textile" est l'une des actions stratégiques portées par le Pôle Textile Alsace pour promouvoir la filière. Il a pour objectif de valoriser les métiers et les savoir-faire auprès d'un large public : entreprises, institutions et grand public. L'objectif final est de stimuler 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.

L'Alsace est une terre d'excellence textile

L'Alsace est l'un des berceaux européens de l'industrie du textile et de l'habillement. Toute la région, et au travers les péripéties de l'histoire, le territoire de Belfort et une partie des Vosges ont fondé leur prospérité au 19ème siècle sur la création de la filière alsacienne. Celle-ci, au-delà de l'impression sur étoffes, s'étendait à la mécanique, en passant par la chimie, ce qui a favorisé un grand essor industriel.

Au 19ème siècle sont nés de grands groupes comme DMC, Schaeffer, Scheurer-Lauth, Schlumberger... Ces groupes ont tiré la croissance du nord-est de la France, en particulier à Mulhouse, appelée la ville aux 100 cheminées, et en Suisse, à Bâle. Le secteur textile fut le premier employeur de l'industrie en Alsace jusqu'en 1975.

La profonde mutation de ce secteur économique a bousculé le textile dans les années 70 et 80 et elle a perdu de nombreux emplois avec la fermeture d'entreprises traditionnelles.

Cependant, de nouveaux savoir-faire sont apparus qui ont signé la renaissance d'une filière transformée, aujourd'hui dynamique et dont les produits sont capables de tenir des rangs européens, voire mondiaux dans leurs marchés respectifs, comme le fil pour DMC, la ficelle alimentaire de Meyer-Sansboeuf, en passant par les toiles tendues de Barrisol.



La filière textile alsacienne est un modèle d'innovation technologique

En pleine évolution depuis les années 1990, la filière textile alsacienne s'est largement diversifiée tout en conservant en partie la fabrication des produits qui ont fait sa renommée : le linge de maison - en particulier le linge d'office et de table - les toiles à broder, les produits textiles de décoration pour des marques ou des grandes maisons, l'impression de foulards, etc.

Ce secteur a vu le développement d'autres types de produits textiles : le matériau souple, dont l'usage est extrêmement diversifié, de la toile tendue pour plafonds et murs aux cordes, tresses et ficelles, en passant par les maillots de sport, les nontissés pour l'automobile ou l'industrie, produits en micro-fibres, toiles isolantes, fibres techniques...

Enfin, un troisième axe en pleine expansion concerne le traitement des textiles, dans lequel se sont spécialisées plusieurs entreprises d'Alsace, qui proposent à l'industrie, au secteur du sport extrême ou aux métiers liés à la sécurité des toiles et vêtements de protection traités anti-feu, résistants sur le plan mécanique, durables, inaltérables lors de températures, insensibles aux courants électriques, aux agents chimiques, etc.



La traçabilité des produits est essentielle pour le consommateur

Le consommateur ne sait pas toujours comment et où sont fabriqués les produits qu'ils consomment. Produit affiché comme étant régional, mais fabrication offshore, étiquetage peu clair : certaines informations jouent sur les mots et ne reflètent en rien un savoir-faire régional. L'idée du label Alsace terre textile est justement d'élever le niveau d'exigence en proposant une démarche volontaire et transparente aux entreprises régionales, pour que le consommateur sache vraiment par qui - et comment - les produits sont fabriqués.

Alsace terre textile : un label exigeant dans une terre d'excellence

Le label s'appuie sur une démarche d'entreprise industrielle désireuse de s'engager sur une charte présentant des exigences à respecter dans les domaines suivants : Production industrielle locale, qualité et traçabilité des produits, respect de l'environnement et de la sécurité...

Territoire concerné, agrément Alsace terre textile

Les sociétés industrielles qui :

- possèdent un savoir-faire de production textile
- sont implantées en Alsace (départements 67 et 68)
- s'engagent à respecter le cahier des charges et la charte d'engagement terre textile.

Pour être labellisé, un produit doit totaliser 75 points

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, ennoblissement 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 totalisent au moins de 75 points, le label est accordé.

L'entreprise est auditée par un organisme indépendant : l'IFTH (Institut Français du Textile et de l'Habillement) tous les 3 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.

Les atouts du label

Le label Alsace terre textile apporte aux entreprises une visibilité et une image à l'encontre des clichés sur le secteur textile, aujourd'hui bien vivant. Il a aussi pour mérite d'introduire dans la filière textile une notion proche de l'AOC, car les entreprises labellisées prônent avant tout la relocalisation de la fabrication textile. Et s'engagent à travailler en réseau. C'est donc toute une filière qui retrouve ses lettres de noblesse.

Pour le consommateur final, tout comme pour les acheteurs professionnels ou les distributeurs, c'est l'assurance de pouvoir disposer d'un produit de qualité, à tous points de vue : humain, technique ou environnemental. **Par le choix d'un produit local, l'acheteur favorise la préservation des savoir faire et la pérennisation d'emplois locaux.**

Ainsi résume Gianni Pavan, dirigeant d'Alsatextiles et leader du groupe d'entreprises engagées dans le label Alsace terre textile : « *Travailler avec les entreprises de notre environnement textile est à la fois une stratégie d'entreprise et une nécessité économique. Le label nous permet 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* »



Programme du lancement du label le 7 novembre à Mulhouse

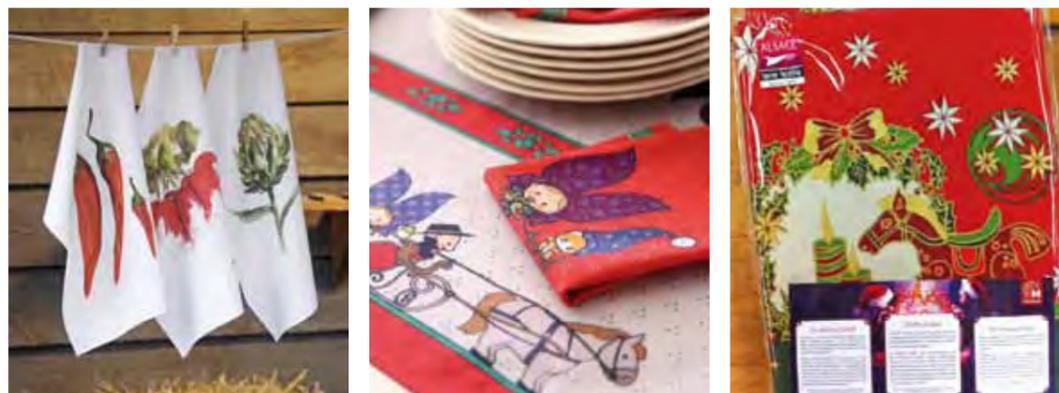
- 11h00** : Accueil à la **CCI Sud-Alsace Mulhouse**
Inauguration de l'exposition "Made in Alsace" dans le cadre de l'Année de l'Industrie.
- 12h00** : Cocktail à la **CCI Sud-Alsace Mulhouse**
- 13h00** : Visite de **DMC**, leader mondial du fil à broder
- 14h30** : Visite du spécialiste de l'impression numérique **Alsatextiles**
- 16h00** : **Lancement officiel du label Alsace terre textile** à la Société Industrielle de Mulhouse (SIM)
- 18h00** : **Musée de l'Impression sur Etoffes**
Vernissage de la nouvelle exposition : "Folie Textile, mode et décoration sous le second empire" et "Promenade Parisienne", en collaboration avec le Conservatoire Hermès et le musée privé Emile Hermès
Présentation des **produits labellisés** Alsace terre textile à la Boutique

Où trouver les produits labellisés Alsace terre textile ?

Ils seront présents à partir du 7 novembre au Musée de l'Impression sur Etoffes et à l'Office de Tourisme de Mulhouse

Ils seront présentés par les acteurs du Label au "Chalet des Créateurs" du Marché de Noël de Mulhouse les 23 et 24 novembre

En savoir plus : www.alsaceterretextile.fr et sites internet des éditeurs



Entreprises et produits labellisés

Pourquoi les entreprises textiles d'Alsace choisissent-elles d'entrer dans la démarche Alsace terre textile ?

Jean-Marc Scherrer, président de Barrisol :
« Garantir la qualité »

« 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. C'est pour nous l'un des rôles d'un label comme Alsace terre textile, en plus de garantir l'origine des produits ».



Benoît Basier, président de Meyer-Sansboeuf :
« Affirmer notre vision sociétale »

« 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 ».



Eric Frasson, PDG et Francis Hobeika, DG d'ETC :
« Un écosystème textile qui nous est cher »

« 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 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 compétences du textile alsacien ».



Les entreprises agréées, activités et produits



Alsatextiles

Intermédiaire de la filière : Impression • Fabricant de produits finis : Linge de maison, Décoration intérieure et accessoires textiles

Dirigée par Gianni Pavan, Alsatextiles est l'un des précurseurs de l'impression numérique sur textile depuis 2005. La création de prototypes ou de tissus personnalisés, voire numérotés fait partie des compétences de l'entreprise, tout comme l'impression de multiples supports comme les tissus adhésifs ou les velours. 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'évènementiel et la communication.

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



Barrisol

Fabricant de produits finis : Décoration intérieure et accessoires textiles

Innovation, qualité, environnement, éthique, maîtrise de la technique, des délais et respect des partenaires sont les valeurs incontournables de Barrisol, numéro un mondial dans l'ensemble du process d'un plafond tendu. Ce savoir-faire intègre une production en Alsace, des matériaux de très haute qualité, la maîtrise des revêtements, la confection par soudure haute fréquence de chaque pièce... La société Barrisol, présidée par Jean-Marc Scherrer propose une large palette de couleurs et de finitions ainsi que de nombreux systèmes dédiés tant sur le marché du particulier que pour le professionnel à travers plus de 150 pays.

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



Barrisol



Corderie Meyer-Sansboeuf

Intermédiaire de la filière : Production fil, ficelle, corde, tresse

Disposant d'un savoir-faire historique dans l'assemblage, le retordage et l'enduction de ficelles, cordes et tresses. L'entreprise Corderie Meyer-Sansboeuf fabrique également depuis 2007 des produits de hautes technologies telles que des cordes isolantes, conductrices, hydrophobes, inaltérables ou biodégradables. Cette entreprise, fondée en 1881 et dirigée par Benoît Basier, possède trois marchés principaux : le secteur agro-alimentaire, les cordes pour la grande plaisance et les marchés spécifiques (secteur du levage ou du tirage en environnement extrême).

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



Defil

Intermédiaire de la filière : Impression - Confection • Fabricant de produits finis : Linge de maison

Entreprise familiale De Fil en Aiguille est l'un des leaders nationaux du vêtement de sport. Depuis 1990, l'entreprise confectionne et personnalise des vêtements de rugby, football, athlétisme, hockey, en petites ou grandes séries. De Fil en Aiguille utilise l'impression numérique par sublimation qui permet d'imprimer tout un maillot en le personnalisant. Depuis 2011, cette entreprise gérée par Vincent Brunner propose aux agences de communication des drapeaux, des beach flags et des bannières en textile imprimé.

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



DHJ International

Intermédiaire de la filière : Ennoblement - Enduction

Dirigée par Bernard Finckenheim, DHJ International est une entreprise spécialisée dans les tissus enduits sans PVC. L'entreprise se concentre sur l'enduction de tissus industriels dotée de diverses propriétés d'occultation, d'inflammabilité, d'imperméabilité... DHJ produit et commercialise également les triplures qui apportent maintien et souplesse aux cols et poignets à destination des meilleurs confectionneurs de chemises du monde. Les secteurs d'utilisation des produits de l'entreprise sont très variés : habillement, décoration, supports publicitaires...

Bernard Finckenheim - 03 88 85 07 64 - bfinckenheim@chargeurs-interlining.com - www.chargeurs-interlining.com



Corderie Meyer-Sansboeuf



DMC

Intermédiaire de la filière : Production fil, ficelle, corde, tresse - Fabricant de produits finis : fil à broder et toile à broder

Dollfus-Mieg et Compagnie se focalise sur la préparation et la teinture en écheveaux de fils à broder, le fils pour crochets/tricot et assure une reproductibilité fidèle de plus de 570 coloris. L'entreprise utilise les meilleures fibres du monde (coton d'Égypte) pour concevoir ses fils. DMC dont le président est Dominique Poile 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 (grossiste ou mercerie), les chaînes de magasins spécialisés en loisirs créatifs ou en rayon GMS et enfin l'e-commerce (10.000 références).

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

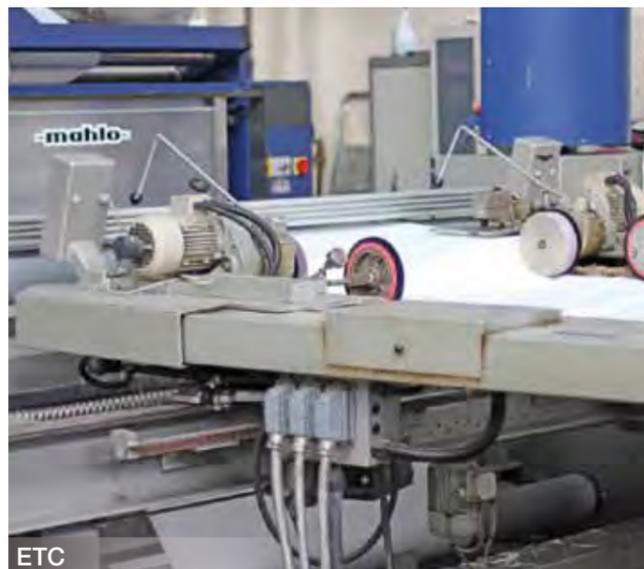


ETC

Intermédiaire de la filière : Ennoblement

Née voici plus de 200 ans, Ennoblement Technique Cernay a pour cœur de métier la transformation de textile et son PDG est Eric Frasson. L'usine d'ennoblement peut traiter des tissus mixtes, composés de fibres naturelles et de fibres synthétiques. Les traitements apportés aux tissus sont capables de lui conférer des propriétés d'imperméabilité, d'ignifugation, d'oléofugation, de protection antibactérienne...). ETC a pour secteur d'activité l'ennoblement à façon et peut traiter les fibres cellulosiques et multi-fibres complexes, les textiles destinés à l'impression numérique jet d'encre, les non-tissés, les supports en chaîne et trame et en maille pour enduction.

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



ETC



Euro TF



Euro TF

Intermédiaire de la filière : Impression, Ennoblement - Enduction • Fabricant de produits finis : Linge de lit

La qualité, l'authenticité et la rapidité, tels sont les maîtres mots de l'usine d'ennoblement Euro TF présidée par Jean Luc Husson. EuroTF est l'un des derniers imprimeurs colorants de cuve en France et l'un des deux derniers en grande laize. Quelle que soit la matière, Euro TF donne aux étoffes l'aspect visuel, les propriétés physiques et esthétiques souhaitées par le client et cela sans oublier l'apprêt chimique ou mécanique pour lui donner des propriétés techniques ou des effets spécifiques. Parmi les marchés d'Euro TF on peut trouver les grandes administrations européennes, le tissu pour les vêtements de protection, le tissu à usage technique ou encore le tissu pour le linge de lit.

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



Jacob Holm Industrie

Intermédiaire de la filière : Fabrication de nontissé

Jacob Holm Industries France, société implantée à Issenheim (68,) est un des leaders mondiaux de fabrication de voile de non tissé destiné aux marchés de l'hygiène et de la cosmétique. Grâce à une très bonne connaissance des fibres, la société Jacob Holm Industries possède une véritable expertise en cardage et hydroliage des voiles de non tissé. Soucieux de toujours satisfaire les exigences de ses clients, Jacob Holm Industrie France offre des solutions innovantes et de hautes technologies textiles dans le respect du développement durable.

Alain Heberle - 06 30 09 69 63 - alain.heberle@jacob-holm.com - www.jacob-holm.com



Sempatap



Alsatextiles



Kelnet

Intermédiaire de la filière : Ennoblement / Enduction Fabricant de produits finis : Accessoires textiles, produits publicitaires, PLV

Kelnet est le leader français de l'impression couleur sur microfibres pour les marchés de l'optique et du high-tech. Grâce à ses compétences infographiques, Kelnet est le spécialiste de l'impression numérique par sublimation et réalise découpes, confection et assemblage de ses produits en fonction des demandes clients. La société de Claude Kelbert propose des produits personnalisés et se destine aux marchés de l'optique (nettoyage de verres de lunettes et étui à lunettes), de l'objet publicitaire (téléphone, tablettes) et des musées (reproduction d'œuvres d'art sur microfibre).

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



Kermel

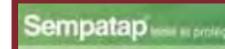
Intermédiaire de la filière : Production de fibre

Kermel, dont le PDG est Markus Schwyn a créé la fibre Kermel®, une fibre polyamide-imide ininflammable par nature. Celle-ci assure une excellente isolation thermique, ainsi qu'une très bonne résistance mécanique et chimique. Cette fibre de qualité ne génère aucun boulochage et garde durablement un aspect irréprochable. Cette fibre répond aux besoins des sapeurs-pompiers et du maintien de l'ordre en France et dans le Monde. Les vêtements en fibres Kermel® sont aussi utilisés dans l'industrie car ils s'adaptent à toutes situations. Kermel avec sa marque Skeed® est également présent sur le marché des vêtements et sous-vêtements de sport de vitesse (portée par les pilotes de moto et auto en compétition). De plus Kermel a également développé des solutions pour applications techniques et industrielles...

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



Kelnet



Georges G.

Sempatap

Intermédiaire de la filière : Impression • Fabricant de produits finis : Linge de maison

Sempatap, dirigée par Jean-Jacques Gaechter, est une entreprise qui possède deux types de savoir-faire issus du textile. Le premier étant 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. Ces isolants sont distribués à des grossistes en produits de second œuvre à travers toute la France. Et le second savoir-faire concerne la production d'une gamme de produits pour les arts de table et la décoration, fabriqués pour leur grande majorité en partenariat avec d'autres entreprises de la région. Les produits de table sont ensuite commercialisés dans des boutiques spécialisées en linge de maison et décoration, ainsi qu'au Musée de l'Impression sur Etoffes à Mulhouse.

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



Sericenter

Intermédiaire de la filière : Impressions personnalisées

Sericenter est une société spécialisée dans la sérigraphie et la broderie de produits textiles confectionnés, créée en 2008. Grâce à des outils de production textile performants dédiés à des techniques de personnalisation telles que l'impression en sérigraphie directe sur textiles, le transfert sérigraphique par presse à chaud ou encore la broderie d'articles textiles confectionnés, elle a déjà fabriqué plus d'un million de produits. La société est centrée sur les marchés des vêtements professionnels, des vêtements et articles de bagagerie pour le sport collectif et sur les produits textiles publicitaires.

Stéphane Jaequi - 03 88 78 13 31 - stephane@sericenter.fr



Georges G.



Defil

Entreprises "Acteur du label Alsace terre textile"



SNTM SAS, Tricotage de Marmoutier

Intermédiaire de la filière : Tricotage, Confection

SNTM SAS, Tricotage de Marmoutier est le spécialiste du tricotage circulaire à taille, intégré en confection. L'entreprise crée, conçoit et développe des vêtements de dessus : cardigans, caracos, tee-shirts fantaisies ... en fibres naturelles pour des grandes marques du Prêt à porter Français (Anne-Fontaine, Sonia Rykiel, Vanessa Bruno, Cotelac...).

Thierry Boutrelle - 03 88 71 48 00 - t.boutrelle@emo.fr



Tissage des Chaumes since 1908

Intermédiaire de la filière : Tissage

Tissage des Chaumes since 1908 est un atelier de tissage reconnu dans le monde entier pour son savoir faire exceptionnel dans la création et la fabrication de tissu en lainage fantaisie exclusifs destinés au marché de la mode haut de gamme et aux marques de luxe.

Pierre Schmitt - 03 89 22 35 67 - catherine.malecki@tissagedeschauumes.fr - www.tissagedeschauumes.fr



Velcorex since 1828

Intermédiaire de la filière : Ennoblement / Enduction

Velcorex since 1828 est le leader européen de la conception et la fabrication de tissus velours très tendance, de coton sportswear et de teinture pigmentaire destinés au marché de la mode féminine et masculine moyen haut de gamme. L'entreprise vend à des marques et confectionneurs de réputation mondiale et est fortement présente sur les marchés internationaux.

Pierre Schmitt - 03 89 38 20 00 - velcorex@velcorex.fr - www.velcorex.fr



Tissage des Chaumes

Toute une filière s'engage

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

L'association du Pôle Textile Alsace a été créée 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

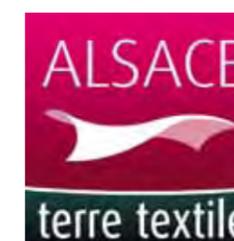
Le déploiement du Label "Terre Textile" en Alsace constitue une des actions stratégiques des actions de promotion portée par le Pôle Textile Alsace. Il a pour objectif de promouvoir les métiers et les savoir faire et de les valoriser auprès d'un public large : entreprises, institutions et grand public. L'objectif final est de stimuler ainsi les collaborations et les synergies locales, voire de relocaliser certaines étapes de fabrication tout 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
03 89 42 74 08
contact@textile-alsace.com

Contact Alsace Terre Textile

contact@alsaceterretextile.fr
www.alsaceterretextile.fr





Gianni Pavan

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



Bernard Finckenbein

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

Jacob Holm Industries



Alain Heberle

06 30 09 69 63 - alain.heberle@jacob-holm.com
www.jacob-holm.com



Stéphane Jaequi

03 88 78 13 31 - stephane@sericenter.fr



Hervé Munck

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



Michel George

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



Claude Kelbert

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



Thierry Boutrelle

03 88 71 48 00 - t.boutrelle@emo.fr



Benoit Basier

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



Eric Frasson

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



Markus Schwyn

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



Pierre Schmitt

03 89 22 35 67 - catherine.malecki@tissagedeschaumes.fr
www.tissagedeschaumes.fr



Vincent Brunner

03 89 75 75 40 - defilsubli@hrnet.fr
www.defil.fr



Jean-Luc Husson

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



Jérôme Morin

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



Pierre Schmitt

03 89 38 20 00 - velcorex@velcorex.fr
www.velcorex.fr

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/m²) 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.

Quand toute une filière s'engage

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®

Quand toute une filière s'engage

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.

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.

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 équipe dédiée. Sa croissance est aujourd'hui d'environ 8 % par an.



www.meyer-sansboeuf.com

Quand toute une filière s'engage

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

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.



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 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.

Quand toute une filière s'engage

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

Les Chiffres Clés

- ▶ CA HT : 20 millions d'euros
- ▶ 80 collaborateurs
- ▶ 80% de l'activité à l'export
- ▶ Usine de plus de 10.000 m²
- ▶ 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.

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



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, Thérèse 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.

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.

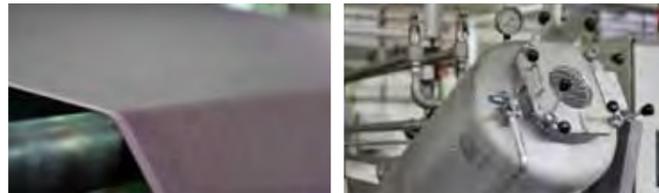
Francis Hobeika
DG d'ETC

Eric Frasson
PDG d'ETC

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 être 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

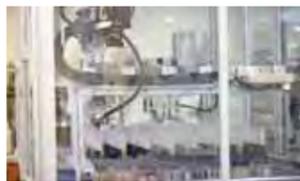
Dans son secteur d'activité, qu'est l'ennoblissement à façon, ETC est capable de traiter :

- Les fibres cellulosiques et multi-fibres complexes,
- Les textiles destinés à l'impression numérique 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 chaîne 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 .

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.



Quand toute une filière s'engage

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.

Quand toute une filière s'engage



EDITO



Bien que fortement implantés à l'international, nous attachons une attention toute particulière à la responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise.

Des investissements récents ont été réalisés dans le domaine de l'environnement afin d'atténuer les nuisances sonores dans la zone industrielle.

Un partenariat avec des collègues a été développé afin de faciliter le rapprochement école-entreprise et faire découvrir à nos jeunes le monde de l'industrie textile. Fort d'un savoir historique dans le textile il m'est apparu important de capitaliser sur ces atouts en intégrant la démarche du label Alsace terre textile. Le label est également un moyen de faire face à une concurrence mondiale réelle.

Alain Héberlé
Directeur de site

Les Chiffres Clés

- ▶ 135 salariés en Alsace
- ▶ 75 millions de CA
- ▶ 580 millions de m² de non tissé produit / an
- ▶ 25 000 T de fibres / an

Des Savoir-Faire



Jacob Holm Industries est un des leaders dans la production de voile de non tissé dans le domaine de l'hygiène et de la cosmétique.

La technologie utilisée est celle du cardage hydroliage qui confère aux produits une souplesse et une douceur toute particulières. Cette capacité à fabriquer de très faibles grammages en spun lace ouvre de nouveaux marchés à l'entreprise et lui offre un réel avantage concurrentiel. L'une des forces de la société est l'innovation et sa capacité à commercialiser des nouveaux produits au plan international.



Les Produits / Les Marchés

Jacob Holm Industries s'est positionné dans l'hygiène et notamment pour les composants de couches-culottes en très faible grammage (20g/m²).

Le second marché de la société est celui des lingettes pour bébé.

Le troisième secteur en fort développement est celui de l'hygiène féminine.

Jacob Holm Industries est également présent dans le domaine du nettoyage industriel.

Au Fil d'une Histoire

Le groupe Jacob Holm est né au Danemark en 1794. Tout a commencé par le commerce maritime pour ensuite évoluer vers la fabrication de cordage. Le site de Soultz a été créé en 1995 avec l'essor des lingettes pour bébé. Depuis, le site a fait l'objet de nombreux investissements, notamment une deuxième ligne de production en 2001. Chaque année entre 1 et 2 millions d'euros sont investis afin de développer les nouveaux marchés et améliorer la compétitivité de la société.

www.jacob-holm.com



Quand toute une filière s'engage

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
Directeur Général de Kelnet SAS

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 chiffre 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

Quand toute une filière s'engage

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

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 vêtements 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...

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

Quand toute une filière s'engage

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 grande 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 confectionnés 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.

Quand toute une filière s'engage

EDITO



Sericenter, société spécialisée dans le marquage et la personnalisation textile, a su s'appuyer dès sa création sur trois points essentiels :

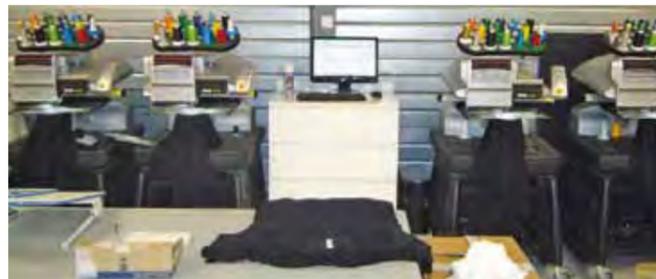
- Qualité : l'aspect le plus important. Nous prenons soin de vérifier minutieusement chacune des étapes du process marquage pour satisfaire au maximum nos clients.
 - Réactivité : nous mettons tout en œuvre au sein de notre atelier pour livrer le client le plus rapidement possible, tout en ne faisant aucune concession à la qualité.
 - Proximité : le fait d'être proche de nos clients nous permet de travailler plus étroitement en collaboration afin un résultat optimal.
- C'est donc une production "100% made in Alsace" que nous vous proposons et qui correspond totalement à la philosophie du label Alsace terre textile.
- Au-delà d'un pari économique, il s'agit de notre raison d'être.

Stéphane Jaequi
Responsable de site

Les Chiffres Clés

- ▶ CA doublé en 3 ans
- ▶ Effectifs doublés en 3 ans
- ▶ Plus de 1 million d'articles textiles sérigraphiés ou brodés

Des Savoir-Faire



Sericenter est spécialisée dans la sérigraphie et la broderie de produits textiles confectionnés. L'entreprise conseille ses clients dans leurs choix techniques et visuels grâce à des compétences performantes en infographie.

L'entreprise est équipée d'un parc de machines dédiées aux techniques de personnalisation suivantes :

- Impression en sérigraphie directe sur textiles
- Transfert sérigraphique par presse à chaud
- Broderie d'articles textiles confectionnés



Les Produits / Les Marchés

Sericenter est positionné sur trois marchés principaux avec des solutions de personnalisation textiles pour :

- Les vêtements professionnels qui couvrent les domaines de la sécurité-protection, haute visibilité, hôtellerie, métiers de bouche
- Les vêtements et les articles de bagagerie pour le sport collectif
- Les produits textiles publicitaires : tee-shirt, sweat, vestes, casquettes,...

Au Fil d'une Histoire

Sericenter est une société alsacienne en pleine croissance créée en 2008.

Elle a vu le jour suite à une forte demande de la personnalisation de produits de sports textiles jusqu'alors sous-traitée par sa société sœur Colosal.

Ce marché en plein développement a permis à Sericenter d'investir dans des outils de production textile performants qui lui assurent une réactivité optimale sur les marchés de la personnalisation textile.



EDITO



Alsace terre textile est un label fédérateur dans un secteur en difficulté mais qui a, je pense, encore beaucoup de ressources.

Le maintien des emplois et du savoir-faire de nos salariés a toujours été notre priorité, poursuivre dans cette direction ne peut se réaliser qu'à travers une entente avec tous les acteurs du secteur.

Nous engager dans la démarche ATT ne peut qu'être bénéfique à notre société et à notre personnel, dont les compétences ne doivent pas se perdre dans les méandres de la mondialisation.

Thierry Boutrelle
Président

Au Fil d'une Histoire

SNTM a été créée en 2000 suite à la liquidation, après plus de 100 ans d'activité, des Tricotages Mécaniques de Marmoutier.

Le travail de trois générations de la famille Leclerc fut anéanti en quelques années par un financier.

La reprise en 2000, par le fondateur du groupe EMO, Dominique Regazzoni, donna un second souffle à l'entreprise.



Les Chiffres Clés

- ▶ CA HT : 3,5 millions d'euros
- ▶ Effectif : 68 salariés
- ▶ Production : 200.000 vêtements/an
- ▶ Site : 6.000 m²

Des Savoir-Faire



SNTM est spécialisée dans le tricotage circulaire à taille (sans couture côté, bord côte tenant) et la confection de vêtements de dessus, essentiellement féminins (tee shirts, caracos, cardigans...) en fibres naturelles (coton, laine, soie, cachemire...).

La fabrication est totalement intégrée : création, tricotage, traitement, coupe, confection, finition, logistique.

SNTM possède un parc de métiers à tricoter unique en Europe et des machines de confection très récentes et en nombre afin de répondre à tous les besoins de sa clientèle.

Nos clients nous communiquent leurs idées, nous leur livrons un produit "clé en main".



Les Produits / Les Marchés

SNTM travaille depuis de nombreuses années en co-traitance pour des grandes marques du prêt-à-porter français (Sonia Rykiel, Vanessa Bruno, A. Fontaine, Cotélaç...), ainsi que pour de grands magasins et véricistes (Monoprix, catalogue Bernard...).

SNTM tricote pour d'autres entreprises de la filière textile et confectionne à façon des vêtements, en chaîne et trame, pour des boutiques de la région.

EDITO



L'aventure de Tissage des Chaumes est la meilleure preuve qu'il n'existe aucune fatalité dans le textile, à condition qu'à chaque épreuve des hommes et des femmes s'indignent, se mobilisent et s'engagent. C'est pourquoi il faut rendre hommage à la famille de Monsieur Alain Picard, qui a su traverser le 20^{ème} siècle malgré les crises tout en offrant ses plus grandes heures de gloire à cette entreprise.

La notoriété mondiale de la marque est le résultat de cette aventure industrielle unique et représente pour l'avenir son meilleur capital et son plus grand atout.

Si aujourd'hui nous pouvons donner à cette marque un nouveau souffle, nous le devons également au courage de l'engagement de la communauté de communes de Sainte-Marie aux Mines et à son président Jean-Luc Frécharde qui ont su préserver l'outil industriel pendant une dizaine d'années, et à la styliste Catherine Malecki, qui a continué à valoriser le savoir-faire.

Grâce à cette magnifique histoire, Tissage des Chaumes peut porter à nouveau haut les couleurs de l'Alsace, et s'inscrire pleinement avec légitimité et authenticité dans ce nouveau label qu'est Alsace terre textile.

Pierre Schmitt
Gérant de Tissage des Chaumes

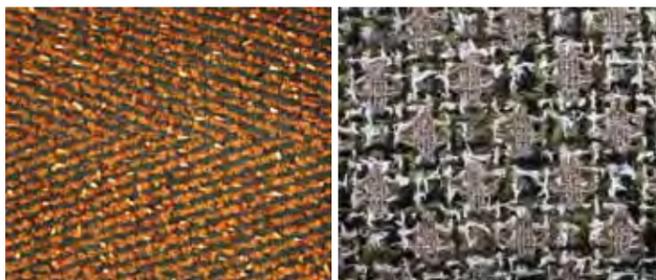
Les Chiffres Clés

- ▶ 1 million d'euros de CA prévu en 2014 avec 30.000 mètres
- ▶ 5 collaborateurs
- ▶ Produits référencés chez les plus grands noms du luxe (Chanel, Balmain, etc.)
- ▶ Produits bien implantés au Japon

Des Savoir-Faire



Tissage des Chaumes dispose d'un savoir-faire unique dans le domaine du tissage artisanal de luxe, façonné par un siècle d'expérience. Son patrimoine artistique précieusement conservé par la famille Picard lui permet de puiser dans ses archives pour imaginer et concevoir les nouvelles étoffes du 21^{ème} siècle.



Les Produits / Les Marchés

La maîtrise de toutes les techniques de tissage grâce à des métiers uniques et polyvalents, capables de tisser les fils les plus créatifs, permet de répondre aux demandes les plus exigeantes et les plus innovantes du monde du luxe. Ces fils de laine mohair, de cashmere et de soie confèrent aux matières tissées un véritable caractère de rareté et de luxe.



Au Fil d'une Histoire

La société a été créée en 1908 sous le nom de d'EDLER LEPAVEC avant de devenir Tissage des Chaumes. Elle a employé plus de 200 personnes au cours de son histoire et réalisé plus de 10 millions d'euros de chiffre d'affaires. Elle est devenue un fournisseur emblématique de toutes les marques de luxe du monde entier. Elle a été reprise par la communauté de communes de Sainte-Marie aux Mines en 2009, avant d'être cédée à Philéa fin 2012.

www.tissagedeschaumes.fr

Quand toute une filière s'engage

EDITO



En Mars 2010, l'entreprise a été liquidée sans poursuite d'activité. Après 5 mois de lutte contre toutes les contraintes administratives et juridiques, elle a redémarré le 1^{er} septembre 2010 avec 50 personnes.

Sans le jugement exemplaire de la présidente de la Chambre Commerciale du TGI de Mulhouse, Mme Dominique Lehn, sans le soutien indéfectible du directeur de la Banque de France de Mulhouse, M. Claude Mouquin, sans l'aide précieuse de la communauté de communes de Saint-Amarin et de son président M. Francois Tacquard, et surtout sans l'engagement personnel du président Conseil régional d'Alsace, M. Philippe Richert, cette entreprise emblématique aurait été rayée définitivement de la carte.

Mais ce sont les mobilisations des salariés, leur savoir-faire unique et la totale implication de leur directeur Hyacinthe de Montera qui ont permis la réussite du projet économique avec plus de 70 personnes en 2013. Cet exemple illustre parfaitement qu'un vrai savoir-faire d'excellence et de résistance permet à chaque entreprise de rebondir. C'est pourquoi le nouveau label Alsace terre textile est une chance unique pour aider les entreprises détentrices de ce label à développer de nouveaux marchés grâce à leur nouvelle légitimité.

Pierre Schmitt
Gérant de Velcorex

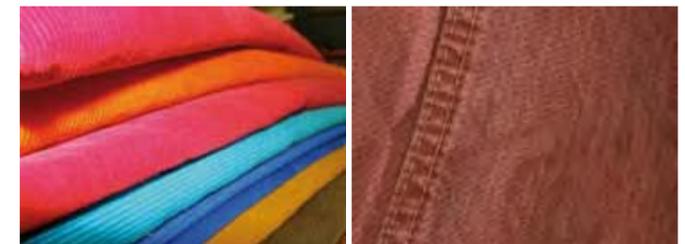
Les Chiffres Clés

- ▶ 20 millions d'euros de CA avec 4 millions de mètres
- ▶ 75% des ventes à l'export avec pour marché principal l'Allemagne
- ▶ 70 collaborateurs

Des Savoir-Faire



Velcorex est une unité d'ennoblissement spécialisée dans la fabrication du velours (coupe et brosse) et dans la maîtrise des différentes techniques de teinture, surtout des délavées. Elle est la dernière entreprise de velours en France avec la plus grande capacité d'Europe. Son expertise dans le velours et dans les teintures délavées est unique en Europe et reconnue dans le monde entier.



Les Produits / Les Marchés

Les produits velours et les produits "Flat-Sportswear" sont destinés au marché du prêt-à-porter féminin, aussi bien qu'à celui de l'homme. Velcorex est un fournisseur reconnu auprès des plus grandes marques telles que : Armani, Guess, Max Mara, Ralph Lauren, Zara, Hugo Boss, IKKS, Gerry Weber...



Au Fil d'une Histoire

La SAIC, Société Alsacienne de l'Industrie Cotonnière, a été créée en 1828 sous le patronyme Edouard Vaucher. La marque Velcorex a été lancée en 1952 avec la création d'une nouvelle ligne de velours. En 1974, elle emploie plus de 1200 personnes et atteint en 1979 un record de vente de velours historique de 37 millions de mètres. Elle inaugure son bureau à New York en 1985 avant d'être reprise par DMC en 1987. En 1998, SAIC Velcorex ouvre une usine de teinture à Orangeburg en Caroline du Sud aux USA. Elle lance régulièrement de nouveaux produits comme les velours denim en 2009. En 2010, après sa liquidation elle reprend le nom de "Velcorex since 1828" pour continuer son histoire.

www.velcorex.fr

Quand toute une filière s'engage

Avec le soutien de



En partenariat avec



CONTACT PRESSE



Béatrice Fauroux

06 03 20 64 76

bfauroux@agence-mulhouse-presse.fr

CONTACTS

Gianni Pavan

Président du comité Alsace terre textile

Dirigeant d'Alsatexiles

03 89 64 59 97 - gp@alsatextiles.fr

Catherine Aubertin

Animatrice du Pôle Textile Alsace

03 89 42 74 08 - contact@alsaceterretextile.fr