



## **Revue de Presse sur le Fabriqué en France :**

### **Textile**

Date : Avril 2018 – Octobre 2019

Proposé par : SémioConsult®

Auteur : Anne-Flore Maman Larraufie, PhD

Contact : [info@semioconsult.com](mailto:info@semioconsult.com)

SémioConsult® est un cabinet de conseil pour entreprises et particuliers fondé sur une expertise reconnue à l'international et une connaissance fine du monde de la marque, du luxe et de ses codes. Spécialisé dans la gestion de la marque incluant la compréhension des consommateurs, les problématiques liées au Made in France & Made in Italie, et dans la lutte contre la contrefaçon, il compte dans son portefeuille-clients des institutionnels, des PME, ainsi que des marques prestigieuses en France et en Italie.

[www.semioconsult.com](http://www.semioconsult.com)

[Business \(/business/\)](#) | [Technologie \(/technologie/\)](#) | [Entrepreneurs \(/entrepreneurs/\)](#) | [Management \(/management/\)](#)  
| [Finance \(/finance/\)](#) | [Lifestyle \(/lifestyle/\)](#) | [Luxe \(/luxe/\)](#) | [Femmes@Forbes \(/femmes-at-forbes/\)](#) |  
[Log In \(/club-forbes\)](#) | [Club Forbes \(/club-forbes\)](#)

Luxe / (<https://www.forbes.fr/luxe/>) #ameublement

## Maison Pierre Frey : La Relève Est Assurée Par La Troisième Génération



(<https://www.forbes.fr/author/christian-razel/>)

(<https://www.forbes.fr/luxe/maison-pierre-frey-la-releve-est-assuree-par-la-troisieme-generation/>)

**Christian Razel** (<https://www.forbes.fr/author/christian-razel/>) 8 juin

2018 (<https://www.forbes.fr/luxe/maison-pierre-frey-la-releve-est-assuree-par-la-troisieme-generation/>)

Founder at [www.RoccaBaracca.com](http://www.RoccaBaracca.com) : Experience the French Art de Vivre, stay in distinctive residences, enjoy exclusive private events, all with our Owners Club. Follow us on <https://www.linkedin.com/in/christian-razel-4abo8281>



(<https://www.forbes.fr/luxe/maison-pierre-frey-la-releve-est-assuree-par-la-troisieme-generation/>)

**Rencontre avec Patrick Frey, président de la société Pierre Frey, entreprise familiale spécialisée dans l'édition et la fabrication de tissus d'ameublement de luxe, membre du Comité Colbert depuis 1976.**

**Quelle est votre devise ?**

“Créer c'est oser” prendre des risques pour faire ce que les autres ne font pas.

## **Que représente pour vous l'Excellence et l'Art de Vivre à la Française ?**

Le monde entier envie notre art de vivre. J'entends souvent cette phrase quand je voyage : "It is so French". La ville de Paris est magique. Nous avons la chance d'être né en France et d'être les héritiers de Napoléon, du baron Haussmann, de Louis XIV, de François 1er, de Vercingétorix. L'art de vivre à la française c'est une étiquette, une façon de se tenir, de faire un baisemain, de sortir d'une voiture, de dresser une jolie table, de concevoir des immeubles sublimes.

Le Comité Colbert se charge depuis 1954 de faire rayonner l'art de vivre français à travers le monde. Sa grande force est d'être représenté par les décisionnaires des 81 Maisons qui le composent et qui représentent un chiffre d'affaires cumulé en direct de 52 milliards. Ce Comité a une vraie reconnaissance à Bruxelles et dans le monde.

Pour valoriser les entreprises françaises, il y a une idée qui me tient particulièrement à cœur qui consisterait à désigner les plus créatives et qualitatives d'entre elles en les nommant « Fournisseur de la République française ». C'est déjà ce que font les Anglais avec leur "By Appointment To Her Majesty The Queen". Comme eux, nous devrions avoir aussi notre logo "Choisi par la République Française". Notre Président pourrait remettre le prix de l'excellence aux entreprises de l'année... Nos collaborateurs en seraient tellement fiers !



Collection Grand Canyon et Arapahos ©Anne-Emmanuelle Thion

## **Comment avez-vous réussi à préserver votre indépendance depuis la création de l'entreprise par Pierre Frey en 1935 ?**

Mon père est parti de zéro. Il était généreux. J'étais fils unique. Il m'a élevé dans l'art de vivre, dans un souci d'esthétisme, d'équilibre, de beauté et de voyages. C'était un très bon financier avec un sens averti des affaires. Il m'a très vite transmis ses valeurs en toute simplicité et m'a

appris à gérer l'entreprise en bon père de famille. Malgré des propositions, je n'ai jamais souhaité ouvrir mon capital pour prendre plus de risques et faire progresser plus rapidement notre chiffre d'affaires. Dans nos métiers de création, il est primordial d'être son propre juge et arbitre, libre de ses choix sans être dépendant d'un tiers.

Depuis que j'ai 55 ans et pour éviter d'être pris au dépourvu, je réfléchis à la transmission de l'entreprise à mes fils et j'ai mis en place un pacte Dutreil pour anticiper la fiscalité concernant les droits de succession. La transmission s'est terminée en 2017 à l'occasion de ma 70ème année. Cette longue opération patrimoniale a été possible car je l'ai anticipée très tôt et surtout j'ai fait confiance à mes trois fils. Ils ont les compétences. Ils représentent la 3ème génération de Frey. À 71 ans, je prends conscience que je dois prendre du recul pour qu'elle puisse s'exprimer à son tour. Mon père qui m'a laissé les rênes de l'entreprise très tôt et me disait : " le jour où je ne serai pas d'accord avec toi et que malgré ça, ça marchera, alors cela voudra dire que la succession est assurée ! "

### **Comment avez-vous développé la renommée de la marque Pierre Frey ?**

A l'âge de 25 ans, j'ai très vite réalisé que j'étais le fils de Pierre Frey et qu'en portant le nom de la marque, je pouvais réussir à me glisser dans un univers où il y avait peu de concurrents. Dans les années 70, j'ai beaucoup communiqué en jouant la carte du jeune couple glamour français qui aimait la décoration. Je recevais beaucoup chez moi, je changeais régulièrement la décoration de ma maison... Ce jeu était assez novateur dans mon métier.

Je communiquais beaucoup auprès des professionnels. À l'époque, les budgets alloués à la communication étaient déraisonnables compte tenu de notre chiffre d'affaires. Mes relations privilégiées avec le Comité Colbert, dont je suis membre depuis 1976, m'ont aussi beaucoup aidé. J'ai pu comparer mes expériences avec celles de sociétés plus structurées et plus importantes que la mienne et défendant aussi l'excellence française.

Aujourd'hui, nous restons concentrés sur notre marque pour nous différencier grâce à la qualité, l'esthétisme, l'élégance, le style et nos valeurs.

### **Quelle est l'évolution de votre marché ?**

Pendant longtemps la décoration a été influencée par un style (Louis XV, Louis XVI, Empire, Art déco...) et les intérieurs restaient fidèles à ce style.

Depuis une dizaine d'années, l'influence de la mode a mis fin à ce diktat. Nous sommes désormais moins puristes, nous sommes libres de choisir ce à quoi nous sommes le plus sensibles et nous mélangeons tous les styles. Les gens s'amusent, ils veulent être surpris et émerveillés.

Le bien-être chez soi et l'art de vivre sont aussi devenus des valeurs importantes. La décoration est maintenant sympathique et conviviale, l'hôtellerie est en train de changer, on aime se sentir à l'hôtel comme à la maison et c'est ce qui fait aussi le succès des locations de logements entre particuliers.

### **Quelle est votre politique de développement ?**

Notre politique de croissance interne consiste à développer notre univers autour de la maison : tissu, papier peint, canapé, tapis, luminaires, accessoires.

Quand nous souhaitons aller plus loin, ou suivant les opportunités qui s'offrent à nous, nous développons notre croissance externe et complétons ainsi l'offre et le savoir-faire que nous proposons.

Nous avons fait plusieurs acquisitions dont celle de Braquenié en 1991. Mon père avait une passion pour cette maison historique créée en 1824 qui incarne l'esprit même du classicisme français et est connue pour ses indiennes, ses cotonnades et toiles de Jouy. Cette acquisition nous a permis d'avoir accès à une histoire, un savoir-faire, une culture, des archives et nous a donné beaucoup de crédibilité à l'international car elle incarne la culture française, le Louvre, Chambord, Versailles... Nous vendons du rêve "Made in France".

Nous travaillons beaucoup avec l'hôtellerie et proposons une large gamme de produits non feu répondant aux normes en vigueur. Ces produits ce sont beaucoup améliorés, ils ont gagné en souplesse et imitent parfaitement l'aspect et le tombé d'un lin ou d'une soie. On s'y tromperait presque !

Nous lançons chaque année des collections « outdoor » qui résistent au soleil, à l'humidité. Nous étions d'ailleurs il y a une quinzaine d'années précurseur dans ce domaine.

Nous exportons 70% de notre production à l'international par l'intermédiaire de nos 8 filiales et de nos agents dans le monde entier. Notre filiale la plus importante est aux Etats-Unis. Ce marché est très dynamique, les Américains ont un fort pouvoir d'achat, déménagent souvent en laissant tout derrière eux. Ils sont aussi très francophiles. C'est un pays que j'aime particulièrement, tout y est possible !

### **Présentez-nous votre outil de production « Made in France » ?**

La Maison Pierre Frey est aujourd'hui une des rares Maisons à fabriquer ses tissus en France. Nous avons un atelier de tissage situé dans le Nord de la France, classé Entreprise du Patrimoine Vivant, dans lequel travaillent une trentaine de personnes. 30% de des collections du groupe y sont tissées. Le reste provient de fournisseurs français ou européens ce qui nous permet de respecter la conformité esthétique des fibres et de maintenir un haut niveau de qualité et de service.

Nous avons en interne une équipe de trois ingénieurs textiles qui contrôlent la qualité, et réalisent des tests techniques pour chaque tissu. Cette équipe travaille aussi sur les commandes spéciales et met au point pour les décorateurs, les hôtels ou les musées des tissus exclusifs aux normes spécifiques.

Nos collections sont constituées de tissus relevant de différents savoir-faire, du tissage mécanique au tissage à bras à l'ancienne, de l'impression au jet d'encre à l'impression au cadre plat, à la main, couleur par couleur... Je souhaite vraiment essayer de conserver et de promouvoir tous les savoir-faire.

Pour expliquer les différentes étapes de création et de fabrication d'un tissu et pour insister sur ces fameux savoir-faire, nous avons réalisé avec un jeune réalisateur, Antoine de Barry, un film intitulé Made In France. On y découvre les archives, le studio de création, un teinturier qui teint les fils à la couleur demandée, un imprimeur au cadre, un tisseur, un apprêteur, un moireur et jusqu'au tapissier qui va tendre le tissu sur des sièges ou confectionner des rideaux.





Atelier de tissage Pierre Frey dans le Nord de la France © Dorothee Demey

### **Quel est le style de votre management ?**

J'ai eu la chance d'avoir un père exceptionnel. Quand je suis rentré dans son entreprise, il m'a fait confiance. Il m'a laissé faire mes classes chez lui et m'a confié le cœur de l'entreprise : la création. Pendant toute ma vie, j'ai cumulé la responsabilité de créateur et de dirigeant en toute indépendance. C'est unique !

Quant à la prochaine génération, c'est formidable : la nomination de mon fils Vincent en tant que Directeur Général s'est faite naturellement compte tenu des profils très complémentaires de ses deux frères. Pierre est directeur de la communication et directeur artistique des tissus Boussac et du mobilier, Matthieu est installé à Singapour et développe tout le marché asiatique. Le travail en famille est harmonieux. Nous croyons aux mêmes valeurs, au Made in France, au savoir-faire, au haut de gamme, à la tradition. Cette continuité dans la douceur nous permet d'être en prise directe avec nos collaborateurs. Nous sommes très concernés par leur bien-être et leur motivation.

J'ai cru que j'ai rempli ma mission !



La famille Frey © Pierre Frey

### **Quelle est la genèse de la création chez Pierre Frey ?**

Nous ne sommes pas soumis au rythme de la mode ou des tendances, nous évoluons dans un monde beaucoup plus calme. En moyenne, on change ses rideaux tous les 10 ans, nos collections doivent donc durer dans le temps.

Le processus créatif est toujours aussi intuitif et mystérieux. Tout m'inspire ! Nous avons un studio de création en interne composé de 4 personnes et définissons ensemble les thèmes de nos collections. En plus de nos collections « studio maison », nous faisons appel à des dessinateurs extérieurs, à des artistes, afin d'avoir une main toujours différente et variée.

En amont d'une collection nous décidons d'un thème que nous suivons. Notre responsable du patrimoine va sortir de ses tiroirs les archives correspondant à ce thème, les stylistes vont s'en inspirer, peuvent faire modifier le dessin ou changer les colorations d'origines. C'est une

histoire collégiale et de longue haleine. Nous réalisons 5 à 8 collections de tissus et papiers peints par an. La moquette est sur mesure mais notre équipe dédiée propose en guise d'inspiration pour nos clients des dessins assortis à nos collections.

De nombreux décorateurs viennent consulter nos archives. Starck disait "il n'y a pas de création amnésique" !

Nous possédons une collection de 25 000 documents du XVI<sup>ème</sup> à nos jours qui révèlent la diversité et la richesse de la création française et nous continuons à acheter des documents correspondants à des périodes ou à des techniques qu'il nous manque pour alimenter ce que nous appelons « notre petit musée ».



Studio Pierre Frey © Dorothée Demey

Nous faisons également du sur-mesure dans un style Haute Couture. Ce marché concerne essentiellement l'hôtellerie et notamment les palaces parisiens comme Le Ritz, Le Meurice ou Le Crillon, et une clientèle privée exigeante en quête d'exceptionnel. Nous avons participé à la restauration de grandes demeures historiques comme celle du Petit Trianon à Versailles ou la rénovation des salons dédiées au XVII<sup>ème</sup> et au XVIII<sup>ème</sup> siècle, situés dans les salles de l'aile nord de la Cour Carrée du Louvre. Nous travaillons beaucoup avec les musées.





Sièges Pierre Frey à Hôtel Le Meurice, Paris

## Quelle est votre actualité ?

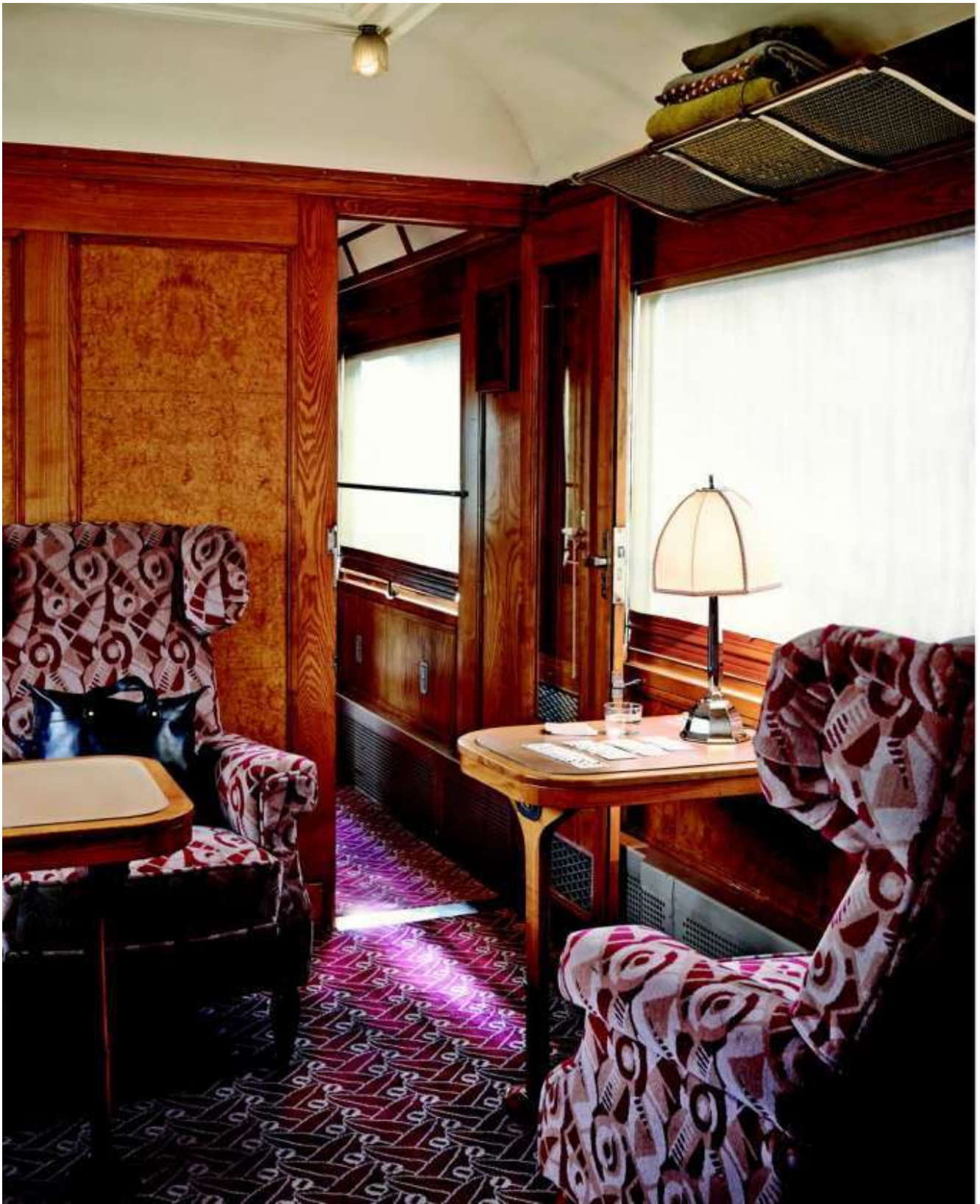
Nous venons de sortir le livre “René Prou, entre Art Déco et Modernisme”. René Prou est mon grand-père et nous organisons pour l’occasion une exposition en son honneur dans notre showroom. Il était un artiste-décorateur de l’entre-deux-guerres et figure centrale du mouvement Art déco. Il a participé à la décoration de quinze paquebots de la Compagnie Générale Transatlantique dont le Normandie, et aux cabines de l’Orient Express pour la Compagnie Internationales des Wagons-Lits.

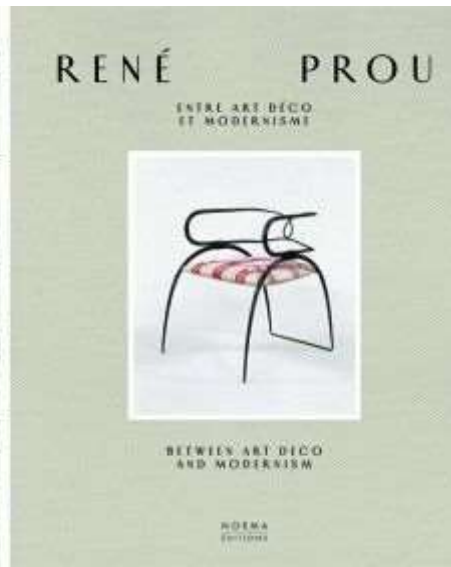
Ma mère me parlait beaucoup de son père à qui elle vouait une véritable passion mais je ne le connaissais que très peu car il est mort l’année de ma naissance. Je suis très ému de le découvrir à 71 ans ! Ce livre me permet aussi de donner des racines à mes enfants et de leur passer le témoin.

En janvier dernier, nous avons lancé une collection inspirée des Indiens d’Amérique. J’ai une passion pour ce peuple depuis toujours, leurs costumes, leurs danses, leurs traditions m’inspirent énormément et cela faisait longtemps que j’espérais faire une collection sur ce thème. C’est maintenant chose faite !

En janvier 2019, nous lancerons une collection sur le thème du grand classicisme et de l’art de vivre à la française au 18ème siècle. Nous allons réinterpréter les codes de notre maison Braquenié en les twistant dans un univers actuel. Cette collection, destinée à un public jeune, devrait créer des surprises...







© Isabelle Bideau – Bettmann/Getty Images – SNCF Médiathèque/Jérôme Galland

### **PIERRE FREY QUELQUES MOTS / CHIFFRES :**

Siège social dans un immeuble pierre de taille du 17ème siècle situé au 47 rue des Petits Champs  
75001 Paris

Société familiale créée en 1935

- Cinq marques d'étoffes et des papiers peints : Pierre Frey, Braquenié, Fadini Borghi, Boussac et Le Manach.
- 250 personnes dans le groupe
- 8 filiales à l'étranger
- Un atelier de tissage situé en Cambrésis dans le Nord de la France
- Un atelier de fabrication de meuble dans l'Aisne
- 250 000 mètres de tissus de la marque Pierre Frey fabriqués chaque année



Sièges pour le musée Baccarat à Paris

Suivez l'actualité de RoccaBaracca sur <http://www.linkedin.com/in/christian-razel-4abo8281/>  
(<http://www.linkedin.com/in/christian-razel-4abo8281/>)

Vous avez aimé cet article ? **Likez Forbes sur Facebook.** J'aime 62 K

0 (https://www.forbes.fr/luxe/maison-pierre-frey-la-releve-est-assuree-par-la-troisieme-generation/#re

# Ôbaba Paris à la conquête des plages italiennes

Par [Lepetitjournal Milan \(/lepetitjournal-milan-704\)](#) | Publié le 27/06/2018 à 00:15 | Mis à jour le 27/06/2018 à 00:15



Photo : Le drap de plage XXL pèse 390 grammes

**« 100% Made in France », les ingénieux draps de plage Ôbaba Paris débarquent en Italie, après avoir investi les plages françaises et espagnoles. Récit d'une *success story*, de la France à l'Italie.**

Rendre la plage plus agréable et résoudre le dilemme du plagiste. C'est l'objectif que s'est fixé les deux créateurs d'Ôbaba, Philippe et Mario, en lançant un tout nouveau concept de draps de plage il y a maintenant 6 ans. Les deux associés sont partis d'un constat : « *Les serviettes de plage classiques sont lourdes, prennent de la place, retiennent le sable et semblent faites pour boire l'eau. Résultat, on reste allongé sur quelque chose de très désagréable* ». C'est pour y remédier qu'Ôbaba est né, un drap de plage ingénieux voire révolutionnaire : à la fois très grand, très léger, très compact, confortable et qui ne s'envole pas grâce aux quatre piquets à planter dans le sol, insérés dans des boutonnières. Le modèle familial de 5m<sup>2</sup>, ne pèse que 390 grammes.

Deux ans de recherches ont été nécessaires pour voir aboutir ce nouveau concept. Un résultat « *100% Made in France et respectueux de l'environnement* », affirme Mario. Le tissage est ainsi réalisé dans les Vosges et spécialement pour la marque grâce à des machines spéciales permettant de fabriquer des tissus d'aussi grande taille, la teinture dans la région lyonnaise et la confection à Lille.

Le succès se voit confirmé en France et en Espagne mais aussi à Dubaï, avec plus de 150 points de vente dans le monde, que des « *boutiques indépendantes, avec lesquelles nous entretenons une relation sur le long terme* », précise Mario.



### L'Italie, un marché prometteur

Après avoir facilité les vacances à la plage des Espagnols et des Français, Ôbaba s'adresse aux Italiens. Un marché prometteur étant donné les quelque 7.000 km de côtes bordant la Péninsule, dont environ 5.000 km sont balnéaires. « *De plus en plus d'Italiens découvrant Ôbaba en France, venaient ensuite acheter nos articles sur notre boutique en ligne. Nous avons noté un réel flux de commandes sur l'Italie et avons ainsi pris conscience de l'importance de lancer notre produit dans le pays. D'autant que les consommateurs italiens sont très sensibles à la qualité et au design* », explique Mario qui a lui-même vécu et travaillé à Milan il y a environ 20 ans.

## NOUS VOUS RECOMMANDONS



**Plages, lacs et rivières : où se baigner aux alentours de Milan**  
(/milan/a-voir-a-faire/plages-lacs-et-rivieres-ou-se-baigner-aux-alentours-de-milan-233851)

TOURISME

Publié le 22 juin 2018

# Bientôt un pôle textile de luxe à St-Germain-Laprade

Date : 09/08/2018 | Mise à jour : 13/08/2018 00:22

[PARTAGER](#)



L'entreprise Thevenon, spécialisée dans le tissu d'ameublement, souhaite s'implanter sur la zone industrielle de St-Germain-Laprade. A moyen terme, d'autres entreprises pourraient s'y implanter afin de développer un pôle textile de luxe.

La zone industrielle de Saint-Germain-Laprade s'agrandit et attire des sociétés à la renommée internationale. Si bien, que l'entreprise de textile de Luxe Thevenon prévoit de s'y installer courant/fin 2020. Une installation qui pourrait en appeler d'autres afin de créer et développer un pôle textile de luxe au sein de la zone.

**Au moins 20 créations de postes**

L'entreprise Thevenon est déjà présente sur le bassin du Puy. Plus exactement à Espaly, où se trouvent une partie des stocks et le service administratif. 21 personnes y travaillent. À Saint-Germain-Laprade c'est un atelier de confection qui serait développé. *« Aujourd'hui, notre production est très délocalisée. Cette implantation sur la Z.I. de Saint-Germain-Laprade nous permettrait d'être plus réactifs et d'avoir un regard sur la qualité de nos produits »* explique Vincent Thevenon, PDG de Thevenon.

Au minimum, 20 postes de confectionneur(se) devraient être créés. *« C'est un métier historiquement féminin, mais qui s'ouvre également aux hommes »* ajoute le PDG.

## Vers un pôle textile de luxe

Thevenon est actuellement en négociation avec d'autres fabricants du même univers, dans le but de créer un pôle textile de luxe. Au-delà d'être un *« choix naturel »*, c'est aussi dans une vision de partenariat que Vincent Thevenon a choisi la zone industrielle de Saint-Germain-Laprade pour implanter son atelier de confection. *« L'entreprise D'ennery dirigée par Geoffroy Millet, spécialisée dans le matelassage sur-mesure, serait un partenaire naturel »*. explique le PDG natif du Puy-en-Velay. *« Si tous les voyants sont au vert, l'atelier devrait voir le jour courant ou fin 2020 »* ajoute ce dernier.

## Un savoir-faire « Made in France »

Rideaux, stores, coussins, plaids, nappes. Thevenon propose une gamme très large de confection à base de textile haut de gamme « made in France ». *« Le prix n'est pas essentiel pour notre catégorie de consommateurs. Ce qu'ils recherchent, c'est avant tout une expérience »* assure Vincent Thevenon.

## Thevenon, une histoire de famille qui se transmet de père en fils

De Victor, l'arrière-grand-père à Vincent, le fils et actuel dirigeant, en passant par Olivier, le père, tous ont un point commun. Celui de perpétuer un artisanat traditionnel qui puise ses racines au Puy-en-Velay. C'est en 1908 que la maison se lance dans l'art délicat de la dentelle. Viendra ensuite le voilage brodé. Dans les années 1980, Olivier développe les étoffes tissées et imprimées ainsi que le tissu peint à la main, ouvrant une nouvelle voie dans le secteur. En 2006, Vincent Thevenon reprend la direction de l'entreprise et s'emploie dès lors à lui donner un nouvel élan créatif.

# Cote d'amour va reprendre Valrupt Industries

Par Le Figaro.fr avec AFP | Mis à jour le 02/08/2018 à 11:59

Le tribunal de commerce de Paris a désigné mercredi la société Cote d'amour comme repreneur de Valrupt Industries, manufacture de textile à Rupt-sur-Moselle (Vosges) placée en redressement judiciaire en mars, a-t-on appris jeudi de sources concordantes.

Le plan de reprise de Cote d'amour, grossiste et fabricant de linge de maison, prévoit le maintien de 26 emplois dans la confection textile sur les 103 salariés que comptait l'usine début août. Deux autres candidats, les sociétés Modetic (représentée par Thomas Huriez, fondateur de 1083, "le jean made in France") et JB Services, avaient présenté un plan commun de reprise globale avec 39 salariés.

"L'analyse du volet social des offres ne peut être dissociée de l'envergure du repreneur, de l'analyse du projet économique et donc de la pérennité voire du développement envisagé de l'activité", a écrit dans son jugement le tribunal de commerce de Paris.

"L'offre Cote d'amour seule est globalement la plus satisfaisante au regard des critères de la loi", a-t-il estimé. "Le meilleur (repreneur), c'est Cote d'amour (qui) fait de la fabrication française, c'est très important", a réagi auprès de l'AFP le directeur de Valrupt Industries, Patrick Salagnac.

Le groupe s'est engagé à racheter les stocks à hauteur d'un million d'euros et "doit faire une proposition pour reprendre la filature et le tissage", selon M. Salagnac, qui estime que davantage d'emplois pourront être conservés. Cote d'amour est déjà propriétaire d'une société textile dans les Vosges, a-t-il ajouté.

La manufacture, dont le siège social et la maison-mère sont situés à Paris, avait été placée en redressement judiciaire le 8 mars. Les ateliers, installés dans les Vosges depuis 1837, employaient alors 130 personnes. L'une des dernières usines de fabrication de textile français, elle avait été contrainte de déposer le bilan, malgré un carnet de commandes rempli, en raison de "la politique des centrales d'achat" axée sur la baisse des prix, avait expliqué le directeur.

"Nos marges sont passées en quelques années de 28-29% à 15-20%. A un moment, il faut dire stop, on ne peut plus continuer ainsi à financer les hypers", avait-il dénoncé. "La concurrence accrue dans le secteur ainsi que la hausse historique du cours du coton au printemps 2017 pourraient également être des facteurs" des difficultés de la société, est-il souligné dans le jugement.

Filiale du groupe Valmont, l'usine fabrique des protections de literie en coton, essentiellement des protège-matelas. La manufacture rassemble les activités de filature, tissage, confection et traitement anti-acariens.

## Pour découvrir l'ourdissage, le tissage et la confection

### Entreprise



Philippe Bigou explique le rôle important de l'ourdissage./ Photo DDM AC

Au bout du bout de la rue Jacquard, à la frontière des communes de Lavelanet et Villeneuve-d'Olmes, le choc des navettes rythme le temps à l'entreprise des Tissages cathares. Le même que celui d'une époque pas si ancienne que ça, celle de l'entreprise familiale, dont Philippe, le dernier descendant, a pris la suite. Le choix a été fait d'arrêter les prestations de service, apprêts et autres, et de se fixer sur la fabrication du tissu, l'ourdissage et le tissage, puis la confection. Plusieurs métiers à tisser sont opérationnels, mais il en est un réservé aux démonstrations lors des visites organisées quotidiennement en juillet et août, découlant d'un partenariat avec le musée du textile et du peigne en corne. «Ce n'est pas le métier à tisser qui nous intéresse le plus, mais ce qu'on va en faire, et lui faire faire.» Devant les visiteurs, Philippe Bigou évoque brièvement les types de métier à tisser et explique abondamment le principe du chaîne et trame, les fils entrés dans des lices, les cadres, les ouvertures, en invitant les visiteurs à regarder de près, métier à tisser arrêté. Lorsque ce dernier est mis en marche, la surprise est totale alors que le cliquetis des navettes rend très difficile toute conversation. La magie opère, pas besoin de parler, les yeux suffisent, il en faudrait juste plus de deux tant il se passe des choses. Idem lorsque Philippe Bigou invite à voir fonctionner l'ourdissoir, cette machine qui prépare les rouleaux destinés au tissage, une opération très importante dans le choix des couleurs et des motifs, et qui demande entre 3 et 4 heures et deux jours, selon si le dessin est compliqué ou pas. De cette mécanique bien huilée, sans électronique, juste l'électricité, sortent des tissus made in France, aussitôt transformés en innombrables produits de qualité fabriqués sur place, nappes, rideaux, linge de table, couettes, sacs, peignoirs etc. et vendus dans la boutique attenante. «Tout ce qu'on vend à la boutique, c'est nous qui le fabriquons et le confectionnons», affirme Philippe Bigou. La visite se termine devant la machine à matelasser qui sert à fabriquer les couettes, duvets, têtes de lit «dont la régularité du point n'est pas mécanique mais l'œuvre de la couturière». Du fait main en quelque sorte. Les visites guidées ont lieu du lundi au samedi, à 10 h 30 et 16 h 30. Contact, tél. 05 61 05 84 16.

# La Manufacture Pyrénéenne à Morlaàs lance un appel à repreneur



La Manufacture Pyrénéenne employait 15 salariés à Morlaàs  
NSABATHIER

... 3

PUBLIÉ LE 21 SEPTEMBRE 2018 À 16H32, MODIFIÉ À 16H51.

**La Manufacture pyrénéenne, l'entreprise de Morlaàs, symbole d'une qualité "made in France" est sur le point de disparaître. Son pdg Christian Aubart aimerait trouver un repreneur.**

**"Un fleuron de l'industrie textile française est en passe de disparaître", s'alarme Christian Aubart. La Manufacture Pyrénéenne qu'il dirige, à l'origine du célèbre tissu des Pyrénées, a été mise en liquidation judiciaire en**

**juillet dernier.** Et faute de repreneur, c'est un pan entier du savoir-faire artisanal français qui s'éteindrait avec elle.

"C'est pourtant une belle histoire que la vie de cette entreprise !, relate Christian Aubart. Depuis 5 générations, la Manufacture Pyrénéenne, que j'avais rachetée en 2000, fabrique le tissu des Pyrénées, une matière 100% naturelle issue d'un procédé de tricotage original datant de 1882 ainsi que de la maille bouillie 100% laine, tricotée sur des métiers Rachel (exclusivité). De ce savoir-faire local unique, est née la marque **Marboré en 1953**, et avec elle, une collection de prêt-à-porter pour homme et femme. **Mondialement connu, ce lainage exceptionnel, chaud et confortable, s'est exporté dans le monde entier** : en Europe, mais aussi au Liban, au Canada et au Japon. Autre spécificité, Marboré a développé une ligne de vêtements adaptés aux personnes à mobilité réduite".

## Symbole du "Made in France"

---

Véritable symbole du « Made in France », l'entreprise a été classée **Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV) en 2007** et l'ensemble de ses créations et tissus ont obtenu en 2012 **le label Origine France Garantie (OFG)**.

**La rédaction vous conseille**

**Salies : des espadrilles issues de la coopération entre Salies et Sabou**

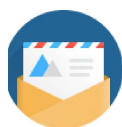
En proie à des difficultés financières liées à de nombreuses défaillances de clients professionnels, la Manufacture Pyrénéenne a donc été mise en liquidation judiciaire en juillet dernier. **15 personnes travaillaient dans les 2 ateliers (tricotage et confection) de Morlaàs**, 10 d'entre-elles vont partir à la retraite." Le cœur serré, précise Christian Aubart, car beaucoup de nos couturières ont passé plus de 30 ans à confectionner avec passion ces tissus d'exception".

## L'appel de Christian Aubart

---

**"L'entreprise a été fragilisée, mais il reste encore des actifs bien solides,** estime le chef d'entreprise : un parc de machines de tricotage en très bon état, un atelier de confection avec matériel diversifié, des lignes de prêt à porter et de vêtements d'intérieur (avec tous les patronages et gradations). Et quelques couturières et techniciens prêts à reprendre le fil de l'activité si la reprise a lieu sur la région".

"La survie et la pérennité de ce savoir-faire unique ne tient qu'à un fil , poursuit Christian Aubart. **Je lance donc un appel à tous les entrepreneurs et repreneurs intéressés à me contacter, afin de donner une chance au Tissu des Pyrénées de continuer de vivre.** Et montrer que l'artisanat textile français est toujours un patrimoine vivant".

[ARTISANAT](#)[ECONOMIE](#)[MORLAÀS](#)[EMPLOI](#)[ACTU](#)

**Recevez la newsletter **Pyrénées Eco****

Tous les jeudis à 14h, le meilleur de l'actualité économique en Béarn et Soule

S'inscrire

- [Accueil](#)
- [Articles](#)
- [Magazine](#)
- Dans le Gers...

# Dans le Gers, ils produisent du coton made in France pour fabriquer des polos

## Sommaire

[Prouver que l'agriculture française peut évoluer](#) 300 kilos de coton solide et d'une belle couleur Des boutiques éphémères déjà en réflexion



Depuis  
l'année  
dernière  
des

**agriculteurs gersois produisent du coton dans l'ouest du département et fabriquent des polos dans l'Est de la France. Une expérience unique dans l'Hexagone.**

Cela ne s'était jamais vu auparavant en France. Depuis l'année dernière, dans le Gers, Yohan de Wit, fils d'agriculteur et vendeur de matériels agricoles et Méderic Cardeillac, son beau-frère et Samuel, le frère de ce dernier, tous deux agriculteurs, produisent du coton à grande échelle et fabriquent des polos. Une maîtrise de l'ensemble de la chaîne jusqu'au produit fini qui constitue déjà une belle réussite, puisqu'en un mois toute la production de 100 vêtements a été écoulee.

## Prouver que l'agriculture française peut évoluer

Autant de demandes, dont les dernières il y a encore quelques jours, ont même dû être refusées. Alors situé à Montréal-du-Gers, tout près de Condom, le champ de 4 hectares va voir sa superficie portée à 14 hectares, pour produire jusqu'à 5 000 polos ainsi 100 % français. Pour les trois jeunes hommes, tout a commencé en 2016, lorsqu'ils ont planté six graines commandées sur une jardinerie en ligne. Et à leur grand étonnement elles ont poussé sans aucune difficulté. C'est ainsi que la belle aventure a débuté. A la tête de près de 300 hectares de vignes et de céréales, l'objectif pour eux est de se diversifier, de gonfler leurs revenus et également d'affirmer que l'agriculture est en capacité d'évoluer.

« On réussit à prouver que le mariage entre l'industrie et l'agriculture est possible ! » se réjouit Yohan de Wit. « C'est une démarche un peu folle en effet, mais quel entrepreneur n'est pas fou ? Aujourd'hui on a un résultat qui est déjà encourageant et nous sommes des pionniers en France, alors on continue. Toute la famille nous soutient, d'ailleurs on n'est pas du tout sur un simple essai ou un coup pour faire le buzz, mais bien dans la durabilité. »

## 300 kilos de coton solide et d'une belle couleur

Du reste, pour mener à bien cette entreprise, ils ont à ce jour investi rien de moins que 50 000 €. Pour ce faire, toutes leurs économies ont été englouties, dans l'achat des machines et l'immobilisation des parcelles et une banque a accepté de suivre la réalisation de ce véritable pari. Pour leur première collection de polos commercialisée et donc déjà épuisée, nos trois compères ont récolté quelques 300 kilos de coton. Un coton long, d'une belle couleur, c'est-à-dire très proche du blanc et d'une solidité étonnamment élevée.

Et comme ils tiennent à fabriquer un produit de bonne qualité, de manière à éviter toute dégradation de la fibre, ils ont confié au Cirad (Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement) le soin d'analyser leur production. Une bonne initiative dans la mesure où ce laboratoire les incite à poursuivre leur démarche. Semé au printemps et récolté à l'automne, le coton du Gers ne nécessite aucune irrigation, grâce à une pluviométrie correcte et aux sols argilo-calcaires dont bénéficie le département. Le tout est effectué selon une agriculture raisonnée. De plus ils souhaitent détenir le label HVE (haute valeur environnementale). « De toute façon on préférera avoir peut-être un rendement plus faible que de devoir arroser. Et si au final notre récolte est moins bonne, on récupèrera sur les marges à long terme ! » se rassure Yohan de Wit.

## Des boutiques éphémères déjà en réflexion

En attendant, de l'égrenage aux semis, chacun connaît les tâches qu'il doit accomplir, avant que toute la production ne soit acheminée dans une filature de Rupt-sur-Moselle (Vosges) puis dans un tricotage et une usine de confection de Troyes (Aube), pour la partie teinturerie. Alors bien sûr même s'ils ont déjà explosé les compteurs en termes de commandes, la rentabilité n'est pas encore au rendez-vous. Il faut dire aussi que le trio n'en est pour l'instant qu'à sa première collection. La prochaine, qui proposera des modèles homme et femme, devrait permettre de dégager un léger bénéfice, espèrent-ils. Et les projets ne manquent pas.

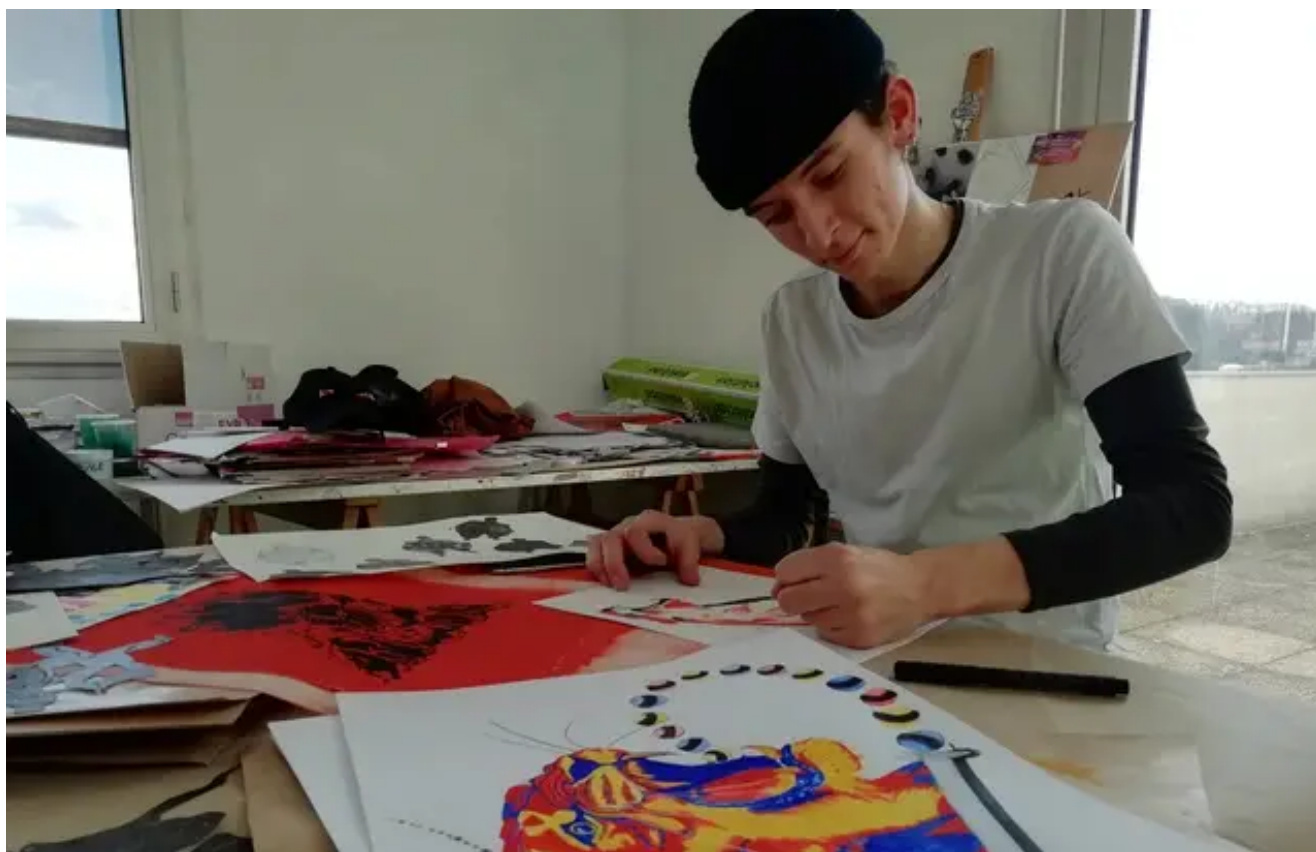
Comme ces allers-retours représentent 1600 kilomètres et que leur préoccupation est également de limiter l'empreinte carbone pour préserver la planète, ils recherchent la meilleure façon de procéder à des expéditions vers les consommateurs à partir de l'Est de la France. De plus, si pour l'heure les ventes sont enregistrées depuis leur site internet exclusivement, ils ont d'ores et déjà engagé une réflexion pour ouvrir à long terme des boutiques éphémères à Bordeaux et Bayonne.

**En savoir plus :** <https://www.jeanfil.fr> (site internet montrant les polos liés à la production française de coton) ; [@JeanFil4](https://twitter.com/JeanFil4) (compte Twitter) ; <https://www.facebook.com/jeanfilmsas> (page Facebook).

## Lyon: Comment des lycéens se retrouvent à confectionner les motifs d'un tisseur drômois

**CONCOURS** Quinze étudiants en section « design textile » de Lyon participent au concours Textileaddict.me. Un premier pas dans le monde professionnel...

Caroline Girardon | ⌚ Publié le 19/01/19 à 09h35 — Mis à jour le 19/01/19 à 09h35



Quinze étudiants de la Martinière Diderot participent au concours Textileaddict.me — C. Girardon / 20 Minutes

- 420 candidats ont été sélectionnés pour participer au concours Textileaddict.me.
- Il s'agit de créer la prochaine collection du tisseur drômois Dresseurs de Table.
- Quinze étudiants du lycée La Martinière Diderot sont engagés dans le projet.

L'idée ? Créer une collection de linge de table made in France qui sera ensuite développée par le fabricant drômois **Dresseur de Tables** (<https://www.dresseurdetables.com/>). Une entreprise où l'on met en avant le savoir-faire traditionnel et dans laquelle les salariés utilisent des métiers Jacquard.

Un concours, baptisé [TextileAddict.me](https://textileaddict.me/) (<https://textileaddict.me/>) a été lancé à travers l'Hexagone pour que les amateurs, les professionnels mais aussi les étudiants relèvent le défi. « Nous souhaitons particulièrement soutenir les petites structures de créateurs et fabricants français, parfois isolés les uns des autres », précisent les organisateurs.

### **Un concours intégré au programme scolaire**

Au total, 420 candidats sont engagés dans le projet, dont 15 jeunes, scolarisés en première année de DNmade textile (Diplôme national des métiers d'art et du design mention textile) au lycée de [la Martinière Diderot](http://www.lamartinierediderot.fr/) (<http://www.lamartinierediderot.fr/>) de Lyon. La participation à ce concours a été intégrée à leur programme scolaire. Une façon de leur mettre le pied à l'étrier. Il s'agit dans un premier temps de proposer les motifs qui viendront orner les futures serviettes, nappes ou tabliers confectionnés dans la [Drôme](https://www.20minutes.fr/dossier/drome) (<https://www.20minutes.fr/dossier/drome>).

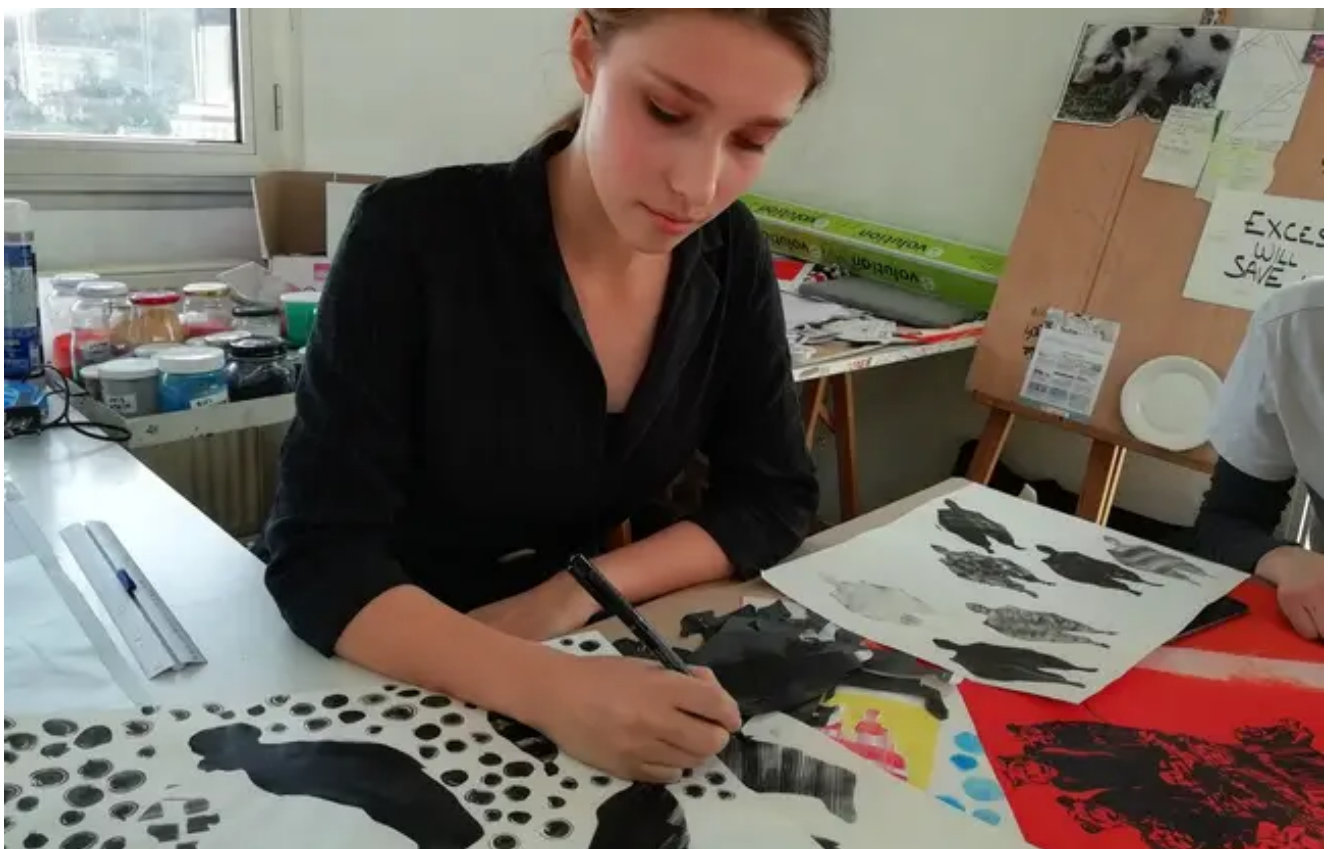
PUBLICITÉ





Quinze étudiants de la Martinière Diderot participent au concours Textileaddict.me - C. Girardon / 20 Minutes

« Le thème choisi est le cirque. Nous avons travaillé autour de trois mots : ludique, spectaculaire et élégant », développe Margaux, 19 ans. L'étudiante a opté pour un dessin mettant en scène une pyramide humaine. Juliette, 18 ans, s'est intéressée aux clowns tandis que Sophiane, 18 ans, a travaillé sur le dressage des fauves. « Je ne pensais pas me retrouver confrontée la première année à une telle demande. De fait, c'est très stimulant, voire excitant », appuie le jeune homme, dessins à l'appui.



### « On ne forme pas des artistes mais des gens au service de »

« Il n'y a aucune compétition entre nous car on échange beaucoup. On se concerte, on se conseille », ajoute Margaux. Chacun concourt pourtant individuellement et défend crânement ses chances. « Nous n'avons pas beaucoup de recul mais nous avons peut-être l'avantage d'être plus créatif car pour l'instant, nous ne connaissons pas forcément tous les codes exigés par le marché. En résumé, on se fait plaisir », poursuit Juliette, consciente que le niveau est relevé.

François Mallet, l'un de leur enseignant a rapidement été séduit par l'idée de participer à ce concours, lancé par une ancienne élève de la Martinière Diderot. « On souhaite leur faire comprendre que le métier de designer textile auquel ils se destinent, n'inclut pas uniquement la recherche artistique. Il impose de respecter certaines contraintes et de suivre un cahier des charges », expose-t-il. Et d'ajouter : « On ne forme pas des artistes mais des gens au service de. »

Les motifs textiles imaginés par les étudiants doivent être déposés avant le 16 février. Le public pourra voter pour l'un d'entre eux du 18 février au 8 mars avant que les résultats ne soient publiés le 28 mars. Trois lauréats seront alors désignés.

#### SOCIÉTÉ

**Fitness, détente... Ils lancent de nouvelles marques de vêtements 100% Rhône-Alpes**



20 Minutes Lyon est au  
Cliquez sur le bouton v  
Minutes Lyon" à vos cc  
et envoyez-nous "GO" p  
service.

Recevez chaque jour un résum

4 février 2019

11

## SERAM : Des pochons made in France et écoresponsables

SERAM lance une collection de pochons *made in France*, avec tissu et cordon personnalisables en fibres recyclées. Pour l'entreprise spécialiste des décors, accessoires, gifts et objets promotionnels pour les grandes marques des secteurs des parfums & cosmétiques, des vins et spiritueux, de l'épicerie fine, de la lingerie et du maillot de bain, la tendance est aux gifts personnalisables et écoresponsables !



Pour cette réalisation, SERAM s'est appuyée sur son expertise textile historique, associée à ses savoir-faire technologiques. Elle réaffirme ainsi son engagement en faveur d'une démarche écoresponsable.

*« Cette proposition s'intègre dans une offre plus large de gifts, dont les porte-clés personnalisables sur le lieu de vente, fédératrice d'une expérience client interactive : les porte-clés en métal se parent d'un patch textile découpé et gravé au laser prêt à recevoir des lettres métalliques à déposer manuellement, ou un marquage à chaud effectué grâce au process Gravotech, via une application. Attribut du luxe, les gifts personnalisables de SERAM s'inscrivent dans sa mission de valorisation des marques, »* explique la marque dans un communiqué.

## Webinaires

### Quelles solutions plastiques pour les emballages cosmétiques en contact avec les formules ?



Une nouvelle édition de ce webinaire se tiendra en langue anglaise le 26 novembre 2015. Inscriptions ici. Leader sur le marché des thermoplastiques, élastomères, pièces finies et polymères biosourcés, DuPont dispose d'un grand nombre de solutions pour répondre aux multiples (...).

Nous utilisons des cookies pour une meilleure expérience de navigation. En poursuivant sur ce site, vous acceptez l'utilisation de cookies. En savoir plus et paramétrer les cookies

fermer

chargement



De la tonte, ici à Bellesere, à la conception des pelotes de laines aux Filateurs du Parc à Brassac, en passant par les tisseurs de Saint-Affrique-des-Montagnes, l'industrie lainière a de l'avenir en Occitanie. / DDM

Publié le 11/03/2019 à 07:57

## Economie

**De la tonte à la conception de tissu, il est possible d'exploiter toute la chaîne lainière en Occitanie. C'est l'ambition du salon Made in France, en visite la semaine passée dans le sud-Tarnais.**

Crochetée par la patte arrière, la brebis de Lacaune se débat. Elle est retenue avec force par un attrapeur le temps de la tonte. 40 secondes suffisent à lui ôter toute sa toison, à l'aide d'une tondeuse suspendue à deux mètres de hauteur. Au bout de la chaîne, Martine entasse les kilos de laine en les piétinant dans un gros sac. Une odeur d'ammoniac rode dans l'atmosphère. «Il faut tenir les brebis assises, sinon elles se débattent. La journée s'annonce longue et physique», prédit Lionel Plo, habillé d'une combinaison verte, visiblement usé par le travail. Ces 24 heures seront également coûteuses pour cet éleveur dont la ferme se situe à Belleserre, dans le Sud-Tarnais. «Je paie les attrapeurs et les tondeurs 2, 40 € par bête, sachant que j'en ai 500 à raser. Le kilo de laine en suint, c'est-à-dire brut, se vend entre 25 et 40 centimes d'euro. Elle ne me rapporte rien, au contraire», analyse-t-il.

À l'époque de Bernard, le paternel, présent ce mercredi auprès de son fils, le pelage de brebis se monnayait à 1, 50 € par kilo. La laine était récupérée par des filateurs du coin et transformée en tissu, en pull ou en écharpe. «Elle part désormais à Mazamet, puis en Chine pour remplir les matelas», rappelle Bernard Plo, qui regrette que les professionnels du coin privilégient la laine étrangère.

C'est justement ce circuit court 100 % Occitan que les organisateurs du salon Made in France Première Vision rêvent de relancer. «La filière lainière a un avenir en Occitanie. Le plus grand troupeau d'Europe se situe dans le Sud-Ouest, avec 1, 15 millions de brebis de Lacaune. Des filateurs et des tisseurs sont également implantés ici depuis longtemps. On peut y arriver», insiste Chantal Malingrey, la directrice du salon.

## Un creux générationnel

Reste un problème majeur : depuis 10 ans, les laveurs de laines, tisseurs et filateurs peinent à trouver des successeurs. Les volontaires ne courent pas les rues. La famille Pistre, spécialiste du tissage basée dans le Tarn, se heurte justement à cette problématique. En 10 ans, 7 de ses salariés n'ont pas été remplacés. «Nous avons encore du travail, mais la main-d'œuvre se fait rare, il faudrait instaurer des apprentissages spécialisés», juge le responsable.

En Lozère, la marque Tuffery a peut-être trouvé la parade en nouant un partenariat avec des écoles «Nous proposons des formations sur le terrain pour susciter des vocations. Le made in France attire les gens, il a un avenir», assure Julien Tuffery qui commercialise des jeans à 50 % de laine.

Jean-Pierre Romiguier, créateur de la marque Le Sac du Berger, croit lui aussi aux vertus d'une production plus locale et qualitative. «C'est dans l'air du temps. Il faut s'adapter. Avec l'aide du tisseur Eric Carlier, installé à Paiyryn-Augmontel, dans le département, nous réalisons des vêtements haut de gamme avec de la laine de Lacaune», sourit cet autodidacte, dont les sacs en cuir sont devenus de véritable référence en France.

Après le made in France, le 100 % Occitan ?

## Bientôt un salon à Paris

La prochaine édition de Made in France Première Vision, salon dédié aux savoir-faire français, à la création et au fabriqué en France aura lieu les 3 et 4 avril 2019 au Carreau du Temple à Paris. Première Vision est un groupe français leader mondial des salons professionnels pour l'amont de la mode créative.

Rémi Buhagiar

Rencontres > **TFC Business**

Publié le dimanche 14 avril 2019 à 18h20min

## Balsan, la moquette Made in France

Publirédactionnel en partenariat avec  **TFC  
BUSINESS**

> Dans ses deux usines de Châteauroux, le fabricant cultive un savoir-faire vieux de près de trois siècles.



Le savoir-faire de Balsan Moquettes traverse les époques sans prendre une ride. Honorable maison fondée en 1751, la société castelroussine est aujourd'hui l'un des tout derniers créateurs et fabricants de sols textiles français. Une singularité qu'elle cultive au quotidien, avec pour maîtres-mots l'innovation et la créativité. « Nous venons par exemple de lancer une gamme de moquettes en lames, plus polyvalentes que les traditionnels rouleaux et dalles. Et le partenariat noué avec le TFC a aussi été une grande première pour notre entreprise.

L'initiative a d'ailleurs essaimé dans d'autres régions », se félicite Fabrice Pinot, le responsable des ventes dans le sud-ouest. L'entrée dans le giron du groupe Belgotex en 2006 n'a en rien altéré l'autonomie et le fonctionnement familial de Balsan Moquettes. Avec ses deux usines certifiées zéro déchet, la société mise aussi sur l'environnement pour continuer de se différencier. « Nous travaillons sans cesse à l'élaboration de produits plus écologiques, une donnée très importante pour le client aujourd'hui », reprend Fabrice Pinot.

Des produits que l'on retrouve à l'export, chez tous les distributeurs spécialisés, mais aussi commercialisés directement auprès des professionnels, sur les marchés des résidences, des bureaux et de l'hôtellerie. Une palette que la maison castelroussine vient d'élargir pour cibler le milieu médical. Elle a également ajouté à son catalogue une gamme de produits en LVT (luxury vynil tiles), afin de s'ouvrir aux marchés de l'éducation.

## L'opération Tricolor ou renouer le lien entre les acteurs français de la filière laine

**SYBILLE AOUJHANE** PUBLIÉ LE 01/05/2019 À 11H00

**IMAGES** Il est désormais bien rare de trouver des pulls conçus en laine française. Depuis quarante ans, la filière s'effiloche et le secteur est déserté par les industriels. L'opération Tricolor tente de retisser les maillons d'une chaîne de production particulièrement étendue, allant de l'éleveur de mouton au créateur de mode en passant par les tricoteurs.



La laine du Mérinos d'Arles peut être utilisée pour la fabrication française.

© CC Wikimedia/Darreenvt

### SUR LE MÊME SUJET



[Sortie d'usine] Avec Blanc Bonnet, les ateliers Peyrache couvrent les têtes de tricolore



L'industrie française du textile innovant se fédère avec Bpifrance



"L'avenir du textile français est connecté !", selon Arnaud Gobet

#### OFFRE ÉQUIPEMENT OU SERVICE

Découpe du textile ultrason | MECASONIC (SOUDURE THERMOPLASTIQUES)

Tunnel de séchage TUN-3000 | BRAUMAT

Ratière négative S2700 | STAUBLI ROBOTICS

*Machines textiles et machine pour l'habillement*

En partenariat avec  **L'EXPO**  
PERMANENTE

**BESOIN D'AIDE ?**

**Nos experts trouvent pour vous**

[TWITTER](#)

[FACEBOOK](#)

[LINKEDIN](#)

[FLIPBOARD](#)

[EMAIL](#)

60 espèces de moutons, 60 teintes différentes : la France possède une large variété de laines mais ne la valorise pas. Pourtant, avec ses 6,7 millions de moutons et 15 millions de kilos de laine tondue par an, la France a du potentiel. Première Vision, groupe français spécialisé dans l'organisation de salons professionnels sur la mode et le textile, ainsi que Pascal Gautrand, expert mode et textile au sein de Made in Town, cabinet de conseil sur la valorisation des territoires, ont lancé l'initiative Tricolor pour restructurer la filière.

Eleveurs, tondeurs, laveurs, peigneurs, filateurs, teinturiers, tisseurs, tricoteurs, créateurs, distributeurs, consommateurs... Au moins quinze acteurs des secteurs primaire, secondaire et tertiaire, sont nécessaires pour faire tenir cette chaîne de production. Mais en quarante ans, la filière textile s'est effilée, et celle de la laine d'autant plus. Le nombre de salariés du textile a été divisé par deux passant de 1,2 million de salariés dans les années 1970 à 60 000 personnes en 2018. L'Union des industries textiles (UIT) constate qu'il n'y a plus d'activité de lavage de laine important en France. Seules quelques sites de filature et tisseurs perdurent en Occitane. La région Auvergne-Rhône-Alpes accueille encore des couverturiers.

### INTÉRESSER LES MARQUES

*"La laine des Mérinos australiens est importée en grande quantité, alors que nous avons assez d'espèces en France. La laine des moutons européens perd de sa valeur et le lien entre les industriels et les artisans est décousu",* regrette Pascal Gautrand. Les moutons élevés pour leur lait ou pour la viande sont de toutes façons tondus une fois par an. Une tonte représentant 1,5€ pour une laine revendue autour de 30 centimes le kilo et souvent envoyée en Chine. 80 % des laines de France sont exportées selon l'UIT. Toute traçabilité est perdue pour un produit qui pourrait avoir plus de valeur.

Pour relancer ce secteur, Pacal Gautrant se tourne vers la fin de la chaîne et s'adresse principalement aux marques pour les inciter à faire des vêtements en laine française. Entre septembre 2018 et avril 2019, Tricolor a déjà suscité l'intérêt de 68 marques. *"Certaines d'entre elles ont déjà intégré cette matière dans leur collection de l'hiver prochain. Les industriels devront suivre",* analyse Pascal Gautrand.

### "ON NE PAYE PAS BEAUCOUP PLUS CHER UN PRODUIT FRANÇAIS"

Tricolor est déjà à l'origine d'une première *success story*. Laurent Brunas, dirigeant de l'entreprise de tricot Regain, utilise cette année du fil de laine de Merinos d'Arle pour la production de plus de 300 pulls commandés par le Slip Français. Le fil est produit par la Filatures du Parc (Tarn), l'une des cinq filatures encore en activité en France. Alors que les moutons ne sont plus sélectionnés pour leur laine mais pour leur lait et leur viande, la qualité de la matière était un véritable enjeu. Certaines spécificités se dessinent toutefois. *"Le Mérinos d'Arles a une bonne tricotabilité, la laine a un côté assez soyeux",* explique Laurent Brunas, qui ne doute pas que la qualité du produit ne fera qu'augmenter en valorisant son utilisation. Son atelier de 26 000 mètres carrés emploie 33 personnes. Regain produit 55 000 gilets et pulls par an pour un chiffre d'affaires de 5,8 millions d'euros.



Filatures du Parc. Crédit photo : Esther Joly

Les commandes de l'entreprise proviennent principalement de réponses à des appels d'offre publiques pour fabriquer des pulls d'organismes officiels comme ceux des sapeurs-pompiers. *"Mais nous sommes de plus en plus sollicités par des marques de créateurs qui veulent une fabrication française"*. La partie "mode" de Regain a doublé cette année pour atteindre 8 % de son chiffre d'affaire. *"En nous tournant vers la production française, je pense que cela va augmenter"*, juge le dirigeant. *"On ne paye pas beaucoup plus cher un produit français"*, constate de surcroît Laurent Brunas. Le fil acheté à la filature du parc s'élève à 23 euros le kilo quand celui provenant d'Italie oscille entre 18 et 30 euros le kilo. Selon lui, ce sont surtout aux marques de faire des analyses qualitatives du produit pour relancer la demande.



Au sein des ateliers Regain. Crédit photo : Regain

## CONVAINCRE LES INDUSTRIELS

Depuis quelques années, des dynamiques locales se dessinent. François Mantes, propriétaire d'une ferme de brebis Lacaune sur le Causse-Méjean (Lozère), s'investit depuis 2016 dans la revalorisation de la matière. Il élevait 450 brebis laitières pour produire du Roquefort jusqu'à ce qu'il rencontre les Atelier Tuffery, tailleurs de jeans français à Florac (Lozère). Les créateurs se sont approchés de François Mantes pour concevoir un jean à base de laine made in France. L'éleveur a dû contacter les transformeurs de laines restants dans la région : un atelier de lavage et un atelier de filature. Sur les 400 kilos de laine brut qu'il tire de son cheptel, l'éleveur gagne entre 2 et 3 euros par kilo, assez pour rentabiliser la tonte. *"Il ne faut pas le voir sous l'angle financier mais éthique. On se réapproprie une matière première"*, explique l'éleveur qui vend 90 000 litres de lait pour la fabrication du fromage. *"Cela permet de redonner une valeur à une matière qui est considérée comme un sous-produit, et c'est important pour notre métier"*, continue-t-il. Sur le plateau du Causse-Méjean, 30 000 brebis sont élevées sur 33 000 hectares : un fort potentiel délaissé par une industrie textile qui ne suit pas.

Pour la Fédération française des industries lainières et Cotonnière, la réglementation n'a pas soutenu le développement de la laine française et cela explique le vide industriel. En 2009 et 2011, deux réglementations catégorisent la matière comme un "sous-produit" animal établissant des règles sanitaires strictes. *"Ce règlement assimile à tort la laine en suint à un sous-produit de catégorie 3, au même titre que le sang ou le cuir, avec des conditions draconiennes d'entreposage, de manipulation et de circulation très difficiles à respecter"*, indique-t-elle. Pascal Gautrand insiste, *"il faut convaincre les industriels à s'intéresser à nouveau à cette matière noble"*.

## Mazamet. Le renouveau de la filière laine



Lionel Bonneville et Philippe Huppé./ Photo DDM

Publié le 23/06/2019 à 09:34

### Industrie, Mazamet, Economie

La filière Laine est en plein renouveau, l'entreprise Jules Tournier témoigne que la filière se porte bien mais elle doit redorer son image.

PUBLICITÉ

[inRead](#) invented by Teads

En visite dans le sud du Tarn, le député Philippe Huppé a rencontré dans le cadre du groupe parlementaire «élevage pastoral» Lionel Bonneville, le président de l'entreprise Jules Tournier pour évoquer la renaissance de la filière laine en France et dans le Tarn en particulier.

L'entreprise familiale fondée en 1865 est la survivante d'une aventure industrielle qui a transformé la petite ville textile en centre mondial du délainage pendant plus d'un siècle, de la moitié du XIX<sup>e</sup> siècle jusqu'aux années 70. Plus de 150 ans plus tard, l'entreprise maintient son activité avec 120 employés.

«Nous avons une croissance à deux chiffres depuis 2017, commente Lionel Bonneville, et nous avons investi un million d'euros au 1<sup>er</sup> semestre 2019». Si le tisseur continue à collaborer avec le ministère de la défense, la fabrication d'habits pour l'armée a fait sa notoriété, elle s'est diversifiée dans la mode haute couture. «Parmi nos clients, on retrouve des marques de luxe comme Chanel, Balmain ou Gucci». De plus, les clients sont attachés au naturel et made in France. «Ils délaissent le synthétique et s'intéressent de nouveau aux matières naturelles et locales». Une campagne publicitaire est en projet afin de donner une bonne image de la filière sensible au bien être animal. La tonte est faite pour soulager les animaux !

Jules Tournier exporte dans plus de 40 pays dont le Moyen Orient, l'Asie et les Etats-Unis. «Notre savoir faire est très recherché». Le tisseur contrôle totalement sa chaîne de production. «Jules Tournier, grâce à son intégration verticale, procède à chaque étape : de l'arrivée des bourres de laines à la création du tissu final» se félicite Lionel Bonneville. Son savoir faire rare et son excellence de fabrication ont été reconnus et labellisés entreprise du patrimoine vivant.

Pourtant, Lionel Bonneville a du mal à recruter. «Je veux recruter mais je ne trouve pas». Il y a 20 postes à pourvoir en CDI. L'appel est lancé. Le député de l'Hérault Philippe Huppé (natif de Mazamet) a présenté les propositions faites dans un rapport sur les métiers d'art et du patrimoine vivant préconisant en outre la création d'un nouvel organisme de référence en matière d'excellence des savoir faire, d'assurer une offre de formation publique pour tous ces métiers, de préserver et valoriser les métiers d'art et du patrimoine vivant et de soutenir le développement des métiers d'excellence.

Et pour appuyer ses propositions, il souhaite mettre en place un groupe d'étude à l'assemblée.

# MSV réintègre une partie de sa production et mise sur le made in France

Par **Anthony Rey** | 19/06/2019, 15:42 | 560 mots



Un des produits de la gamme Spirella, désormais intégré à MSV, premier fabricant en Europe (Crédits : Spirella)

**Leader européen des accessoires de bain, le groupe MSV finit de se réorganiser après l'absorption, en 2018, du suisse Spirella, dont il réintègre en partie la production sur son site de Rivesaltes (66). L'entreprise, qui a doublé de taille, lance d'ici la fin juin la fabrication d'une nouvelle marque haut de gamme 100 % made in France.**

on Valnet), déjà leader européen des accessoires de bain, a renforcé sa position, en 2018, en n de l'entreprise suisse Spirella. Le groupe basé à Rivesates (66), qui a donc doublé de taille de se réorganiser après cette opération, avant de relancer son développement commercial où

*Plus de 60 ans, est une marque à forte notoriété, positionnée sur le haut de gamme, alors milieu et le haut de gamme. De plus, Spirella est bien implantée dans les pays de nord de emagne ou l'Autriche, tandis que nous sommes forts en France, en Espagne, au Portugal e clientèles va nous permettre de développer nos ventes avec des gros objectifs à ques, président de MSV.*

production de Spirella (dont le rideau de douche est le produit phare) sur son siège de Saragosse (Espagne). En effet, le groupe catalan démarre d'ici la fin juin la fabrication pour rideau de douche français", avant un lancement officiel prévu en septembre.

% à Rivesaltes. MSV, en plus de son positionnement haut de gamme, mise sur l'image du er sur ses marchés.

*rentes en France car les consommateurs sont de plus en plus demandeurs de made in i est apprécié à l'étranger, et notamment en Asie", analyse Marcel Sobraques.*

SV investit 1,5 M€ afin d'aménager son site de Rivesaltes, où il va construire un show room installer de nouvelles machines et étendre sa zone de stockage. Mais sur cette question catalan réfléchit déjà à un projet de plus grande ampleur.

essentiel de sa logistique sur un site de 20 000 m<sup>2</sup> à Madrid (Espagne), pourrait à moyen terme . L'acquisition d'un terrain de 50 000 m<sup>2</sup> permettrait la construction d'une plate-forme de 30 totalité de son stock.

*» sous-traiter la logistique mais on s'aperçoit que les coûts de transport commencent à int central en France, surtout au regard du redéploiement de notre production. De plus, x de A à Z", précise Marcel Sobraques.*

rparlers engagés avec plusieurs parties prenantes, dont la Ville de Rivesaltes. Si l'opération » par 40 ou 50 embauches au sein de MSV, qui emploie déjà 230 personnes.

xercice clos le 31 mars 2019, consécutif à l'intégration de Spirella, le groupe MSV prévoit de e annuelle observé depuis dix ans, de 15 % environ. Son président, Marcel Sobraques, est en de l'année en Occitanie, organisé par EY.

## [DOSSIER DU MOIS] EMANUEL LANG : DU TISSU MADE IN FRANCE



Fondée en 1856, Emanuel Lang – anciennement Virtuose SAS – est une entreprise implantée à Hirsingue. Elle a connu les hauts et les bas de l'industrie textile alsacienne et tente aujourd'hui de se maintenir à flot après une liquidation évitée de justesse en 2013.



### Fragilisée par la concurrence asiatique

Emanuel Lang est aujourd'hui l'une des dernières entreprises de tissés teints en France. Pourtant, son savoir-faire local et ancestral a bien failli disparaître, au terme d'un feuilleton douloureux qui a duré 10 ans. Au début des années 2000, l'industrie textile française décline, en partie à cause de la concurrence du textile asiatique. En 2009, les ateliers de création et de tissage d'Emanuel Lang subissent un plan de liquidation, avec de nombreux licenciements. Une reprise de l'activité grâce à la mobilisation de ses principaux cadres permet à l'entreprise de continuer. Mais en 2012, Emanuel Lang entre à nouveau en liquidation judiciaire, fragilisée par la hausse des cours du coton. Les machines doivent être vendues aux enchères et la fermeture définitive du site

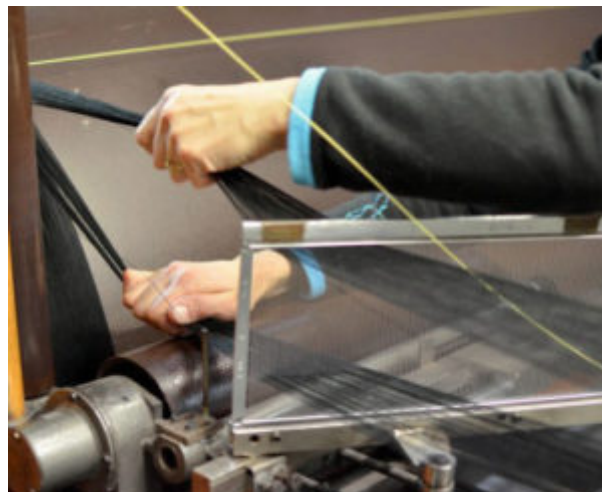
s'annonce imminente. Un premier plan de rachat est, à ce moment, refusé. Pendant dix mois, les salariés manifestent contre la vente des machines et mettent un point d'honneur à livrer les dernières commandes malgré la procédure judiciaire. Fin 2013, la société trouve un nouvel acquéreur : Pierre Schmitt, également repreneur de Velcorex à Saint-Amarin, Philea à Soultz, Tissage des Chaumes à Sainte-Marie-aux-Mines. L'entreprise, qui comptait 120 collaborateurs, redémarrait avec quatre anciens cadres et repartait à la recherche de clients. Un fait rare dans un contexte de liquidation.

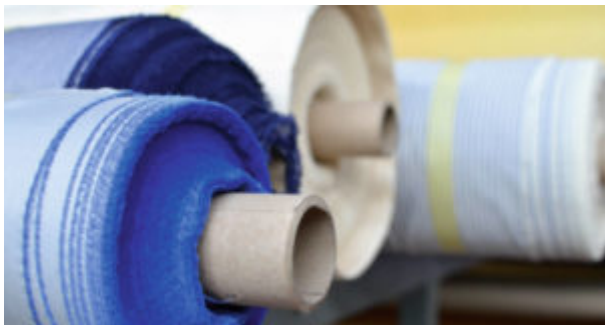
### Miser sur les matières premières naturelles

« Pour l'heure, notre équipe est composée de 19 collaborateurs, tous anciens salariés, indique Christian Didier, responsable de site. Nous tentons de redynamiser notre société en lui donnant un nouveau souffle ». Dans une démarche éco-responsable, l'entreprise mise sur l'utilisation de matières premières naturelles européennes comme le chanvre ou le lin pour sa production. « Avant la fermeture de 2013, nous étions spécialisés dans la fabrication de chemises en coton. Aujourd'hui, nous avons étendu notre gamme de vêtements et faisons des chemises sur mesure. Nous avons aussi conçu 100 jeans 100% à base d'orties ».

### A la recherche d'investisseurs

Emanuel Lang travaille avec des marques de renom dans le prêt-à-porter haut de gamme. « Notre volonté est de proposer des produits dont le cycle de production s'inscrit, dans sa





*majeure partie, en France, et plus particulièrement en Alsace, avec toutes les garanties de traçabilité. Ce qui nous permet ainsi d'être labellisés "Acteur Alsace Terre Textile". Toutes les étapes de fabrication permettant de passer du fil au tissu sont effectuées dans nos ateliers : bobinage, ourdissage, encollage et tissage ». En 2018, Emanuel Lang a réalisé 1,7 millions d'euros de chiffre d'affaires et devrait atteindre les 2,3 millions cette année, dont 90% en France et 10% à l'export. Mais l'entreprise reste fragile. « L'activité n'est pas constante. Nous avons encore des périodes creuses. La concurrence internationale est rude. Nous travaillons heureusement en synergie avec les autres entités du groupe*

*Schmitt ». Le groupe recherche d'ailleurs des investisseurs pour l'accompagner dans son développement. « Nous avons notamment pour ambition de monter dans les ateliers d'Emanuel Lang une filière de transformation du lin et du chanvre ».*

Magali Santulli

**Emanuel Lang**

15 rue Paul Lang à Hirsingue

03 89 07 52 07

[emanuel-lang.fr](http://emanuel-lang.fr)

# Le French Fab Tour à Quimper : le textile français à l'honneur

Par La Tribune avec Bpifrance | 06/08/2019, 10:33 | 1548 mots



(Crédits : DR)

---

**Le coq bleu continue de sillonner la Bretagne, avec pour ambition de montrer aux jeunes le visage d'une industrie tricolore en plein renouveau. La filière de l'habillement en est le symbole : elle renaît aujourd'hui grâce à des sociétés qui relèvent le pari d'un « made in France » responsable et innovant.**

À l'occasion de l'opération le 15 juillet, le French Fab Tour d'été s'est posé à Quimper. Là encore, un enjeu, pour asseoir l'image d'une industrie française en plein boom et susciter l'envie de la *« fu de villégiature des jeunes, encore faut-il leur parler de l'industrie de façon ludique et honnête de demain »*, déclarait Patrice Bégay, directeur exécutif et directeur de la communication du village de la « fab » - qui a attiré 32 000 habitants et vacanciers.

Le French Fab Tour est une occasion en or pour « *connecter la jeunesse et l'industrie. L'industrie n'est pas épargnée par cette tendance. Les métiers industriels ont pourtant considérablement évolué* », a rappelé l' élu. De fait, dans sa région s'épanouissent plusieurs entreprises innovantes, notamment dans les énergies, une PME spécialisée dans les réseaux électriques intelligents, de même que Bluewin dans le stockage d'électricité, et qui vient d'annoncer entre 50 et 100 embauches à venir. L'industrie hexagonale qui, depuis deux ans, retrouve des couleurs dans de nombreux secteurs, y

on, le secteur se redresse, après des décennies de délocalisation vers des pays à bas coûts  
ant sur le « made in France » que plusieurs jeunes pousses tricolores fondent leur succès.  
a fait de la production locale son credo, que l'on retrouve jusque dans son nom : 1083 km,  
s les plus éloignés de l'Hexagone - Menton, au sud-est, et Porspoder, en Bretagne, au nord  
*dans un rayon de moins de 1083 km* », souligne Thomas Huriez, président de la marque qu'il  
Drôme. Plus de 90 % de ses denims sont ainsi fabriqués en France, la teinture et la filature  
liers comme l'Espagne. Et très prochainement, même le coton que la société utilise devrait  
*n, nous allons produire le coton localement en apprenant à l'extraire des vieux jeans. Cela se*  
*en place d'une ligne de recyclage de jeans dans notre usine des Vosges* », annonce le jeune

ITÉ

made in France » fait mouche. Depuis son lancement, Jean 1083 a multiplié son chiffre  
ever à 8 millions d'euros cette année - et créé 150 emplois. Et « *ce sont nos clients qui, en*  
ouligne le dirigeant de cette marque qui fabrique, outre des jeans, des T-shirts, des bonnets et  
oujours dans une démarche éco-responsable, comme ses bonnets fabriqués à partir de vieux

n

onçu spécialement pour l'occasion un slip arborant une broderie du coq français ! - le Slip  
é » son cheval de bataille dès sa naissance, en 2011. « *Nous fabriquons nos produits*  
*us allons faire 30 millions d'euros de chiffre d'affaires cette année, dans une industrie où il n'y*  
*cation du textile depuis 50 ans et où les donneurs d'ordres sont partis fabriquer toujours plus*  
e Guillaume Gibault, le fondateur de cette pépite basée à Paris. « *Aujourd'hui, grâce au*  
*peut fabriquer avec des machines plus digitales et plus agiles, plus localement et plus*  
*riquer à l'autre bout du monde* », insiste le jeune patron. Tricotage des fils à la façon,  
e fabrication des sous-vêtements de la marque ont lieu dans l'Hexagone.

hui 250 personnes dans 27 ateliers qui, partout en France, produisent des slips et des  
s maillots de bain. La recette de ce succès ? « *Il y a avant tout un bon produit et un savoir-*  
*es clients qui, de plus en plus, se posent la question de savoir comment sont fabriqués les*  
aume Gibault. Pour séduire toujours plus, il mise également sur l'innovation . « *Nous nous*

ation de la chaussette qui, aujourd'hui, est très innovant et automatisé. Sur la deuxième partie des productions de slips fabriqués façon chaussettes ». Après l'automatisation de la fabrication peut-être de nouveau à la fabrication personnalisée à la pièce, comme c'est possible sur des machines innovantes. Et Guillaume Gibault de citer en clin d'oeil son auteur préféré, Rivain, 'on ne sait pas très bien où ça commence et où ça finit' ... ».

littoral breton. Prochain rendez-vous : le mardi 6 août, à Saint-Malo.

## Le jaillisse l'innovation

Après, le rugbyman Frédéric Michalak se lance dans l'événementiel. Premier essai à Lyon, Sport Unlimitech, qui fera dialoguer sportifs, chercheurs et innovateurs.



En outre, amené à être couronné meilleur buteur de l'histoire du XV de France, en 2015, sans doutes du monde, Frédéric Michalak se lance à la rentrée dans une nouvelle aventure : celle événementiel. Avec un premier salon, Sport Unlimitech, du 19 au 21 septembre à Lyon, qui s'appuie sur une volonté de faire dialoguer sportifs, chercheurs et innovateurs de la tech. « A travers Sport Unlimitech, nous faisons des rencontres entre chercheurs, industriels et sportifs pour mettre en partage et tester ce qui est innovant. C'est là que naîtront les améliorations les plus prometteuses ! », s'enthousiasme le sportif, aujourd'hui convaincu que la technologie est présente dans tous les secteurs de l'économie, dont l'industrie, elle l'est dans le sport. « La technologie est entrée dans nos pratiques professionnelles. Les progrès embrassent toutes les dimensions de notre vie, de l'alimentation, des stades à la manière dont on vit chaque effort physique, déclare-t-il. Les technologies connectées qui permettent de savoir si un joueur a subi un choc cérébral. De même, la technologie est aux stades connectés ». Et de poursuivre : « Tout au long de ma carrière, j'ai eu la chance que l'expérience du haut niveau s'est trouvée confrontée à la plus extraordinaire évolution que le sport professionnel a connue. Les progrès du professionnalisme sont arrivés des matériels toujours plus pointus, un support médical et des entraîneurs n'avait eu à sa disposition ».

- l'occasion l'Unlimitech Stadium, accueillera ainsi un Lab, présentant les innovations discussions, l'Unlimitech Talks, et un Unlimitech Club, qui donnera l'occasion aux professionnels l'innovation, l'entrepreneuriat - de réseauter. Et si le salon vise d'abord un public spécialisé, il s les curieux, aficionados et férus de tech et d'innovation, avec notamment des

e se découvrir une vocation dans ce secteur, en pleine évolution. Frédéric Michalak rêve nement en un véritable CES, comme à Las Vegas, pour que recherche publique et privée, s de clubs travaillent main dans la main à développer de nouveaux matériaux et de nouveaux ir, avec cet évènement, être jetées entre plusieurs mondes. Avec un but ultime : « *développer gner davantage de médailles* », conclut Frédéric Michalak. C'est vrai pour toutes les française...

## Made in France : une filature de lin de retour en France dès 2020

Par [Matthieu Guinebault](#) - 17 septembre 2019

Seule l'étape de la filature manquait pour créer une filière lin 100 % tricolore. Un problème sur le point de disparaître : le groupe Velcorex annonce à FashionNetwork.com l'installation d'une filature au sein de l'entreprise Emmanuel Lang, entreprise d'Hirsingue (Haut-Rhin) qu'il a acquise en 2014, dans une opération menée en partenariat avec le spécialiste du lin NSC Schlumberger.



Shutterstock

"On commence l'emménagement début octobre", nous explique le dirigeant de Velcorex, Pierre Schmidt, à l'occasion du salon Première Vison. "Elle sera opérationnelle l'année prochaine. L'unité devrait pouvoir gérer à peu près 150 tonnes. Donc, en fonction de ce vous recherchez en terme de fil, elle aura une capacité de production allant de 500 000 à 700 000 mètres".

La production mondiale de fibres de lin se concentre à 80 % sur les côtes néerlandaises, belges, et surtout françaises. Mais cette production est à 90 % exportées vers la Chine, qui compte nombre de filateurs à même de transformer la matière. Matière qui revient ensuite en partie vers des tisseurs et façonniers européens. Si bien que, avec la mise en valeur croissante d'une mode Made in France, l'absence de filature comme dernière brique dans la chaîne de production de vêtements en lin 100 % made in France n'a pas manqué d'attirer l'attention".

Ainsi, les jeunes marques Splice et 1083 affichent depuis plusieurs mois l'ambition d'amener d'autres marques à soutenir la recréation d'une filature française. Cette démarche, baptisée Linpossible, peut notamment compter sur le soutien d'une coalition intégrant Le Slip Français, l'association LCBIO (Lin et Chanvre Bio), l'entreprise de Romans-sur-Isère Tissage de France, la coopérative spécialisée Terre de Lin, et l'un des derniers filateurs européens de lin, Safilin.

"C'est une autre approche, pour une très bonne idée, et nous espérons être bientôt suivi dans cette aventure", indique Pierre Schmidt, qui entend de son côté apporter une réponse industrielle au problème. "Nous avons

marque Pierre Bismuth, qui entend de son côté apporter une réponse industrielle au problème. Nous avons l'avantage d'avoir un outil déjà important, Emmanuel Lang étant doté de machine très adaptées au lin. Et chez Velcorex, nous avons de quoi prendre soin de la matière, la brosser, la nettoyer et la flamber. Et la proximité que nous avons depuis des années avec Schlumberger nous permet d'avancer. Et il y a la relation avec la Normandie, où nous travaillons historiquement avec Terre de Lin".

### **"Une réindustrialisation formidable"**

Avant même d'avoir des implications économiques, cette future filature a une forte portée symbolique pour le textile français, mais également pour une filière européenne du lin regroupant pas moins de 10 000 entreprises, selon la Confédération Européenne du Lin et du Chanvre (CELC). Fibre éco-responsable peu consommatrice en eau, le lin représente moins de 1 % des fibres textile consommées dans le monde, du fait du climat très spécifique nécessaire à sa culture.

"Une telle réindustrialisation est formidable, car cela répond aux attentes des marques comme des consommateurs", pour Marie-Emmanuelle Belzung, secrétaire générale de la CELC. "Et c'est d'autant plus intéressant qu'il s'agisse d'une filature au sec, et qui vise donc des produits de tous les jours, comme le jean, pour lesquels les marques sont très désireuses d'alternatives. Cela annonce peut-être que le lin va aller progressivement vers plus d'hybridation, et pas seulement du 100 % lin. Je trouve donc formidable d'avoir cette approche".

Pour la responsable de la Confédération, ce retour d'une filature française est aussi le signe d'un engouement pour la lin dépassant le Made in France. "Il y a une multiplication des projets de filatures à travers le monde", indique t'elle. "En Inde, notamment, mais également en Europe, où cela s'inscrit dans un héritage européen vertueux. Rien qu'en France, il y a un projet de tricotage sous forme de coopérative, tandis qu'il y a un projet de filature dans le nord de la France", pour la représentante.

Par [Matthieu Guinebault](#)

*Tous droits de reproduction et de représentation réservés.  
© 2019 FashionNetwork.com*

# Interview: Didier Hannaux et Jonathan Hannaux, Dirigeants de Drouault

NADÈGE RIGHI IL Y A 4 JOURS

241



Depuis 1850, la Maison Drouault est le premier fabricant français d'articles de literie haut de gamme en garnissage naturel. Reconnue pour la qualité, le confort et le bien être de ses produits en fibres naturelles ou synthétiques innovantes, Drouault n'a de cesse de conserver son esprit pionnier et entrepreneurial, pour produire sur le territoire jusqu'à 9000 oreillers et 700 couettes chaque jour.



Les produits gagnent chaque année en technicité afin d'offrir un gonflant et un confort naturel dont seule la Maison Drouault a le secret. Rachetée par le groupe industriel français spécialiste de la literie Dodo en 2004, Drouault a pu mettre à profit cette intégration pour s'assurer une belle croissance, sous l'impulsion de **Didier Hannaux**, Président du Groupe Dodo et Directeur Général de Drouault.



Son fils **Jonathan Hannaux**, a rejoint l'entreprise familiale en 2011. Directeur général adjoint de Drouault, il s'appuie sur l'engagement des salariés, l'innovation, le développement durable et la créativité pour mener la stratégie de développement de la société.

Tous deux se sont prêtés pour nous au jeu d'une interview croisée autour d'un beau projet d'entreprise: la valorisation de l'art du bien dormir français.

**L'histoire de Drouault s'écrit depuis 168 ans, et l'entreprise est aujourd'hui labellisée Entreprise du Patrimoine Vivant ; qu'avez-vous mis en place pour assurer sa longévité et sa croissance ces dernières années ?**

**Didier Hannaux (DH):** Depuis l'intégration de la maison Drouault dans le groupe Dodo en 2004, nous nous sommes attachés à préserver l'ADN de la marque et à consolider son savoir-faire traditionnel de près de 170 ans. Les clients sont très sensibles à la qualité artisanale de nos produits et aux belles finitions main.

**Jonathan Hannaux (JH):** L'objectif des quinze dernières années était de moderniser l'outil de production tout en conservant ces spécificités. Nous avons fortement investi pour augmenter nos capacités de productions afin d'accompagner le rapide développement de l'entreprise. De nouvelles machines très modernes ont également permis d'améliorer la qualité des plus beaux duvets tout en maîtrisant nos coûts de production et en améliorant sensiblement les conditions de travail des salariés.



**L'entreprise promeut son savoir-faire made in France, qui donne un produit « Made in Extraordinaire » ... au quotidien qu'est-ce que rend votre activité et vos produits « extraordinaires » ?**



**DH :** C'est le mot qui vient tout de suite à l'esprit des personnes qui visitent l'atelier de duvet Drouault : « Extraordinaire ». Les techniques ancestrales utilisées pour séparer la plume et le duvet, pour conserver la blancheur, la pureté et la légèreté de cette matière noble sont visuellement impressionnantes. Voir le duvet voler dans de très hautes machines dont la structure est encore en bois a quelque chose de féérique.

**JH :** C'est difficile d'imaginer tout le travail et le savoir-faire nécessaires à la confection d'un oreiller ou d'une couette. Nous sommes fiers de poursuivre cette production dans la Sarthe et la plus belle des reconnaissances est d'entendre nos clients dire qu'ils ont passé une nuit extraordinairement douce.

**Être labellisée EPV est une vraie reconnaissance pour la Société, comment arrivez-vous à préserver à travers le temps les savoirs et savoir-faire de l'entreprise ?**

**JH :** Un énorme travail a été réalisé pour informatiser l'historique de l'entreprise. Beaucoup de choses étaient dans l'esprit de quelques personnes et cela leur a également permis de remettre à plat certains sujets gérés à l'instinct.

**DH :** Pour autant, c'est l'humain qui reste au centre de la maison Drouault et de son savoir-faire unique. Nous avons donc mis en place des binômes intergénérationnels pour accélérer la transmission et le partage de connaissances. Il n'existe pas d'école pour former à notre métier.



**Traçabilité des produits, impact maîtrisé sur l'environnement, certification ...Le développement durable fait partie de vos engagements stratégiques, pourriez-vous nous en dire un peu plus sur sa mise en œuvre ?**

**DH :** Un des gros enjeux de notre métier est la réduction de l'utilisation de l'eau. Les plus gros investissements de l'entreprise ont été faits autour de cette problématique. Les gains ont été énormes et nous regardons en permanence les nouvelles innovations dans le domaine. De plus en plus de matériaux sont également issus de la filière recyclage et nous travaillons étroitement avec nos fournisseurs pour développer cet usage.

**JH :** La traçabilité de nos produits a toujours été fondamentale. L'avantage du Made in France et des approvisionnements locaux en plumes facilitent grandement ce travail mais c'est le cas pour tous nos produits. Même si nos clients sont très regardant aujourd'hui sur l'origine des produits, cela fait de nombreuses années que Drouault a mis en place son système précis de traçabilité.

**La croissance de votre activité a été importante ces dernières années, alors même que le secteur textile a souffert. L'intégration au groupe Dodo en 2014 a-t-elle révélé des complémentarités essentielles pour assurer la longévité de l'entreprise ?**

**DH :** Le secteur textile a souffert mais pas autant que la production textile en France. Nous avons vu de nombreuses entreprises disparaître malgré leur expertise. L'intégration à l'entreprise familiale Dodo a été un succès car les valeurs correspondaient bien à celles de Drouault. L'engagement des salariés, la simplicité, l'agilité et la créativité ont servi de fondement à la croissance de l'entreprise. La capacité d'investissement a évidemment été indispensable pour concrétiser la vision que les équipes avaient du marché.

**JH :** Dodo a apporté une puissance de frappe toute autre à Drouault. Tout a pu aller plus vite tant en sécurisation des approvisionnements, qu'en modernisation industrielle, qu'en déploiement commercial.



**De nombreuses entreprises font aujourd’hui le pari de l’expérience client et de la personnalisation des produits, notamment grâce aux services en ligne et à la digitalisation. Est-ce un point central de votre stratégie de développement, notamment avec la mise en place de services comme la commande sur-mesure, ou de personal shopping sur le site web ?**

**JH :** Toute l’entreprise est organisée pour répondre aux demandes sur-mesure de ses clients. Que ce soit les hôtels qui veulent offrir un confort spécifique à leurs clients, ou les consommateurs qui recherchent le produit parfaitement adapté à leur besoin (confort ou dimensions), ils savent qu’ils peuvent trouver chez Drouault le conseil et le savoir-faire.

**DH :** Une belle marque comme Drouault se doit d’être performante sur le digital et d’y offrir tous les services qui rendent le client unique. Tout est mis en œuvre pour fournir un conseil personnalisé par mail ou par téléphone grâce à l’expertise de nos collaborateurs.

**Qu’est-ce qui vous a surpris récemment dans l’univers de la mode et du textile ?**

**DH :** La légèreté toujours plus importante des produits garnis de duvet, notamment dans les doudounes ; cela était un phénomène de mode mais qui est maintenant rentré dans les mœurs.



**JH :** Le renforcement des marques fortes et rassurantes dans un contexte où le consommateur achète toujours plus sur internet, sans toucher le produit. Cela va également dans le sens d’une consommation plus raisonnée qui incite à acheter moins souvent mais des produits de qualité qui durent et dans lesquels nous avons confiance.



# Made in France : une filature de lin de retour en France dès 2020



Par Matthieu Guinebault

17 septembre 2019

Seule l'étape de la filature manquait pour créer une filière lin 100 % tricolore. Un problème sur le point de disparaître : le groupe Velcorex annonce à FashionNetwork.com l'installation d'une filature au sein de l'entreprise Emmanuel Lang, entreprise d'Hirsingue (Haut-Rhin) qu'il a acquise en 2014, dans une opération menée en partenariat avec le spécialiste du lin NSC Schlumberger.



*Shutterstock*

"On commence l'emménagement début octobre", nous explique le dirigeant de Velcorex, Pierre Schmidt, à l'occasion du salon Première Vison. "Elle sera opérationnelle l'année prochaine. L'unité devrait pouvoir gérer à peu près 150 tonnes. Donc, en fonction de ce vous recherchez en terme de fil, elle aura une capacité de production allant de 500 000 à 700 000 mètres".

La production mondiale de fibres de lin se concentre à 80 % sur les côtes néerlandaises, belges, et surtout françaises. Mais cette production est à 90 % exportées vers la Chine,

qui compte nombre de filateurs à même de transformer la matière. Matière qui revient ensuite en partie vers des tisseurs et façonniers européens. Si bien que, avec la mise en valeur croissante d'une mode Made in France, l'absence de filature comme dernière brique dans la chaîne de production de vêtements en lin 100 % made in France n'a pas manqué d'attiré l'attention".

Ainsi, les jeunes marques Splice et 1083 affichent depuis plusieurs mois l'ambition d'amener d'autres marques à soutenir la recréation d'une filature française. Cette démarche, baptisée Linpossible, peut notamment compter sur le soutien d'une coalition intégrant Le Slip Français, l'association LCBIO (Lin et Chanvre Bio), l'entreprise de Romans-sur-Isère Tissage de France, la coopérative spécialisée Terre de Lin, et l'un des derniers filateurs européens de lin, Safilin.

"C'est une autre approche, pour une très bonne idée, et nous espérons être bientôt suivi dans cette aventure", indique Pierre Schmidt, qui entend de son côté apporter une réponse industrielle au problème. "Nous avons l'avantage d'avoir un outil déjà important, Emmanuel Lang étant doté de machine très adaptées au lin. Et chez Velcorex, nous avons de quoi prendre soin de la matière, la brosser, la nettoyer et la flamber. Et la proximité que nous avons depuis des années avec Schlumberger nous permet d'avancer. Et il y a la relation avec la Normandie, où nous travaillons historiquement avec Terre de Lin".

### **"Une réindustrialisation formidable"**

Avant même d'avoir des implications économiques, cette future filature a une forte portée symbolique pour le textile français, mais également pour une filière européenne du lin regroupant pas moins de 10 000 entreprises, selon la Confédération Européenne du Lin et du Chanvre (CELC). Fibre éco-responsable peu consommatrice en eau, le lin représente moins de 1 % des fibres textile consommées dans le monde, du fait du climat très spécifique nécessaire à sa culture.

"Une telle réindustrialisation est formidable, car cela répond aux attentes des marques comme des consommateurs", pour Marie-Emmanuelle Belzung, secrétaire générale de la CELC. "Et c'est d'autant plus intéressant qu'il s'agisse d'une filature au sec, et qui vise donc des produits de tous les jours, comme le jean, pour lesquels les marques sont très désireuses d'alternatives. Cela annonce peut-être que le lin va aller progressivement vers plus d'hybridation, et pas seulement du 100 % lin. Je trouve donc formidable d'avoir cette approche".

Pour la responsable de la Confédération, ce retour d'une filature française est aussi le signe d'un engouement pour la lin dépassant le Made in France. "Il y a une multiplication des projets de filatures à travers le monde", indique t'elle. "En Inde, notamment, mais également en Europe, où cela s'inscrit dans un héritage européen vertueux. Rien qu'en France, il y a un projet de tricotage sous forme de coopérative, tandis qu'il y a un projet de filature dans le nord de la France", pour la représentante.

Par Matthieu Guinebault

*Tous droits de reproduction et de représentation réservés.*  
© 2019 FashionNetwork.com

# Tricolor : la laine française veut séduire marques et créateurs



Par Matthieu Guinebault

16 septembre 2019

Pour offrir une réponse française à l'omniprésence de laine venues d'Australie et Nouvelle Zélande, l'initiative Tricolore s'est lancée l'an passé avec pour mission de mettre en relation marques et créateurs intéressés avec des éleveurs et industriels. Après une mise à l'honneur via 68 marques participantes sur le dernier salon Made in France, le dispositif qui vient d'inaugurer un showroom à Paris pour montrer les dernières avancées de la laine tricolore exposera sa démarche sur le salon Première Vision qui s'ouvre ce 17 septembre.



*Romain Guitet/Tricolor*

Au milieu de l'offre made in France, la rareté de cette matière pourrait passer inaperçu, et pourtant. La France exporte chaque année 5 300 tonnes de laine vers la Chine, plus par esprit de débarras que de valorisation. En s'inscrivant dans la continuité des regroupements d'éleveurs souhaitant trouver de nouveaux débouchés pour ce reliquat de l'industrie alimentaire, Tricolor a d'ores et déjà fait bouger les lignes.

« Les Filatures du Parc produisaient un seul fil de laine française l'an dernier, mais elle en proposera bientôt 7 ou 8 » se félicite Pascal Gautrand, directeur de la plateforme Made in Town, qui accueille jusqu'en mars prochain le Bureau Tricolor au 58 rue de Verbois (Paris IIIe), showroom proposant notamment une matériauthèque de laine française.

Une matière dont la variété des propriétés est méconnues. « On utilise à ce jour une quinzaine de race sur les 60 que compte le pays », explique le spécialiste. « Certaines sont souples et douces, donc idéales pour la maille. D'autres plus feutrées peuvent servir à l'ameublement. Certaines retrouvent seules leur volume, idéal pour des tapis... ».

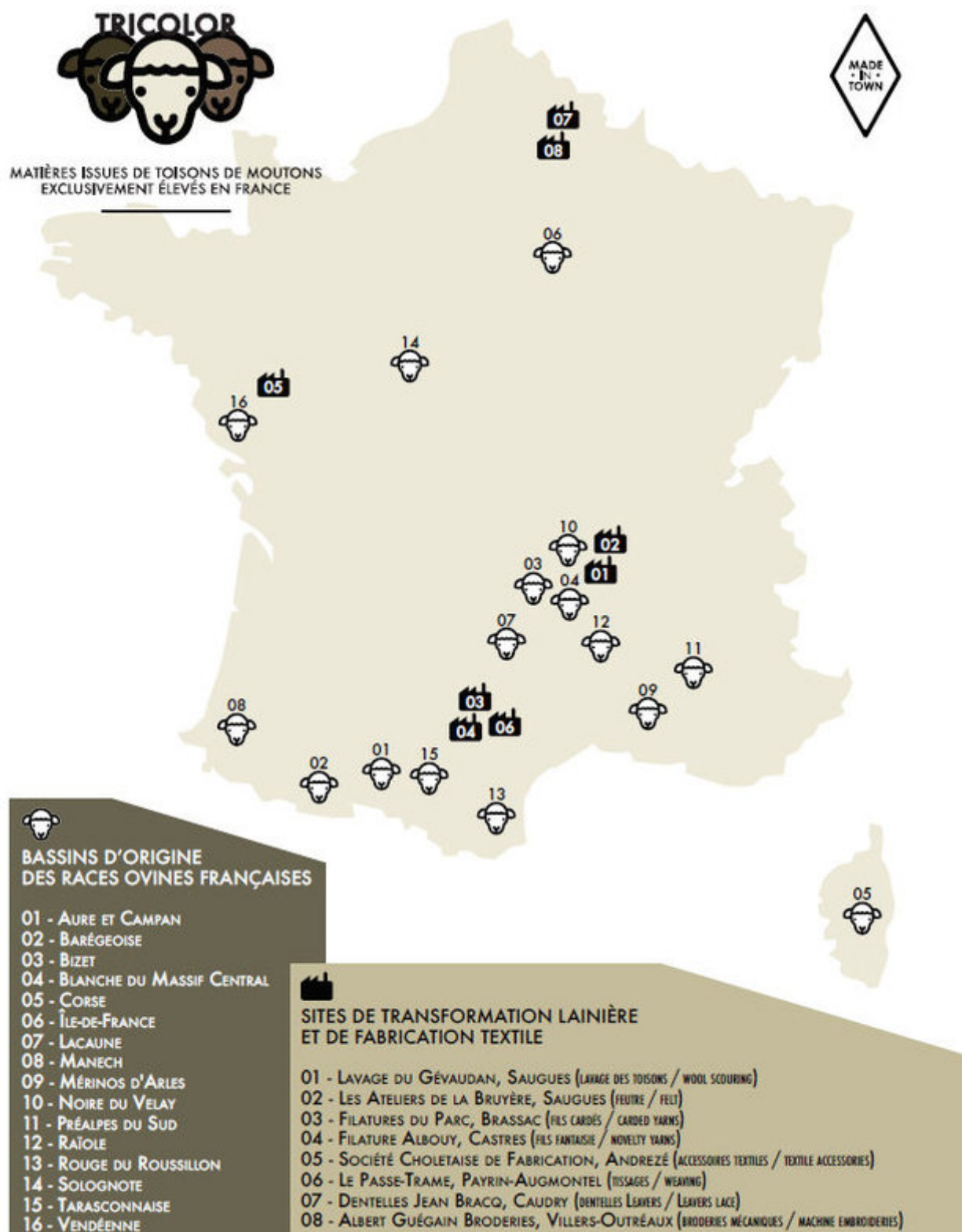


*Pascal Gautrand devant l'espace Tricolore (Paris IIIe) - MG/FNW*

Une laine tricolore qui a évidemment un prix : 600 kilos de laines lavées fournissent 300 kilos exploitables, pour un mérinos d'Arles vendu environ 23 euros le kilos, contre 18 euros pour une laine étrangère. Un autre élément notable est la capacité de cette filière à pouvoir répondre aux besoins en petites quantités des créateurs. « La Société Choletaise de Fabrication travaille sur un minimum de 100 mètres, mais il est possible de tramer plusieurs races et différents types de maillage au sein même de cette longueur. Il est donc permis une certaine souplesse via la mutualisation des commandes » souligne Pascal Gautrand.

Pour l'heure, le bureau Tricolor expose les créations et travaux d'Atelier Chatersen x Luigi Priolo, d'Atelier Pok, d'Ateliers de la Bruyères, ainsi que de Filatures du parc, Lola

Gibert, Lily Latify, sans oublier Le Passe-Trame, Whol et Florence Wuillai.



*Races et industriels concernées par le projet Tricolor - Tricolor*

Après le succès rencontré par le forum de tendance dédié à la laine française sur le dernier salon Made in France, Tricolore sera du 17 au 19 septembre est donc présent sur l'espace Smart Création de Première Vision Paris, qui se tient au parc des expositions de Villepinte.

Un cycle de conférence viendra par ailleurs mensuellement éclairer un aspect des

métiers et possibilités créatives de la laine. Les prochains sont fixés au 10 octobre, 28 novembre, 12 décembre, 16 janvier et 6 février. Des rendez-vous qui donneront la parole à des professionnels, et qui aborderont des thématiques comme l'élevage, la maille, les colorants, mais également le marketing et le management.

Par Matthieu Guinebault

*Tous droits de reproduction et de représentation réservés.*  
© 2019 FashionNetwork.com

## La laine française dans une boutique parisienne

Damien Hardy 🕒 18 octobre 2019

Economie & Société (/patre/economie-societe)

Lainamac a invité une dizaine d'entreprises à présenter leurs créations lainières haut de gamme dans une boutique éphémère appelée Oh my laine!



La boutique Oh my laine! a montré aux designers et créateurs parisiens les marques qui valorisent la laine fra  
© D. Hardy

Lainamac (<https://www.lainamac.fr/>), le réseau professionnel de la filière laine du Massif central, a profité du Paris design week (<https://www.maison-objet.com/fr/paris-design-week/a-propos>) pour présenter aux designers, créateurs, décorateurs d'intérieurs et amateurs de beaux produits toutes les potentialités de la laine. Naturelle, durable, peu salissante, chaude, respirante, isolante, légère et saine, la fibre de laine est une matière noble à faire redécouvrir au monde de la mode et de la décoration.

Du 4 au 22 septembre, la boutique-showroom Oh my laine! (<https://ohmylaine.fr/>) a mis en avant les créations haut de gamme de neuf entreprises, petites ou grandes, récentes ou plus anciennes. La coopérative **Ardelaine** (<https://www.ardelaine.fr/>) fait partie des anciennes puisque cette coopérative valorise la laine de 25 000 brebis et 170 éleveurs depuis 1982. À une plus petite échelle, **Laines paysannes** (<https://laines-paysannes.fr/>) collecte, trie et transforme la laine pyrénéenne en pulls, bonnets ou plaids en laissant aux fibres leur teinte naturelle.

## Une matière repousse poussière

Basés à Florac, en Lozère, les **ateliers Tuffery** (<https://www.ateliertuffery.com/>) fabriquent des jeans depuis 125 ans dont certains à partir de laine de Lacaune et de Mérinos d'Arles. **Feutrio** (<https://www.feutrio.fr/>) fabrique des vestes, écharpes (120 €) ou d'étonnant galet en laine (plus de 500 € pièce) mêlant la laine, la soie ou l'alpaga. Ancienne vétérinaire, **Isabelle Boubet** (<https://tapissier-creuse.fr/>) restaure et conçoit des fauteuils, matelas ou couverture piquée en utilisant une laine qu'elle carde elle-même. **Oolmoo** (<https://www.oolmoo.com/>) crée des revêtements muraux mêlant soies et laines. « *La laine repousse la poussière et nos tableaux textiles traversent les âges sans problème* », apprécie Laurine Malengreau, la créatrice qui travaille avec de la laine française mais regrette toutefois un nuancier insuffisamment complet en laine Mérinos.

## Les designers s'essaient à la laine locale

Répondant à l'indication géographique « tapis et tapisserie d'Aubusson » (<https://ig-aubusson.com/>), l'**Atelier A2** (<https://ateliera2.fr/>) propose des tapisseries de qualité tout en traçant soigneusement ses laines *made in France*. L'atelier **Cc Brindelaine** (<http://www.cc-brindelaine.fr>) reproduit des illustrations jeunesse sous forme de tapis, également certifiés d'Aubusson. Toujours à Aubusson, **Luxdawn** (<http://luxdawn.fr/>) mêle la laine à de la fibre optique pour créer des tableaux originaux et lumineux.

Le projet se poursuivra l'an prochain avec une manifestation « Design-moi un mouton ». Lainamac a proposé à des designers de se réintéresser à la laine en la croisant avec d'autres matériaux tel que le bois ou la fibre optique. Ces pièces seront présentées en mai 2020, au moment de la tonte. « *Nous avons collecté, lavé et filé de la laine de nos territoires*, explique Géraldine Cauchy, la directrice de Lainamac. *De la laine issue de race Limousine, celle de race Ile-de-France et un mélange de laines de Texel, Charollais et Suffolk, caractéristique de ce que l'on trouve dans la Creuse. Même si elles n'ont pas la finesse de la fibre des Mérinos, ces laines sont déjà une matière noble et pleine de qualité.* »

## Catalogue en ligne des textiles français lainiers

En parallèle de cette valorisation des produits, Lainamac met en place une « lanathèque » (<https://lanatheque.fr/>), une plateforme web qui liste les matériaux composés d'au moins 50 % de laine de mouton. Lancé le 1<sup>er</sup> septembre mais encore en cours de référencement, ce site fonctionne comme un

moteur de recherche et permet aux acheteurs, marques, fabricants, designers en recherche de matières textiles et savoir-faire français, de trouver le bon fournisseur en se renseignant sur la composition des matières, les délais de fabrication ou les quantités minimales et maximales produites.

**LAINE (/PATRE/LAINE-0)**

## Manufacture Française du Textile : la réactivité comme arme du Made in France

Par [Matthieu Guinebault](#) - 16 octobre 2019

Née en décembre 2018 de la reprise des entreprises nordistes VIT ( Vielsy), Coloredo et Velysam (Caudry), la Manufacture Française du Textile dispose aujourd'hui d'un outil verticalisé intégrant filature, tricotage circulaire et teinture/finition. Un pari "fou", pour ses dirigeants, qui en plus de préserver un savoir faire Made in France, entendent aller vers plus de durabilité.



MFT

Aujourd'hui forte de 84 employés, l'entreprise a notamment fait des délais l'un de ses chevaux de bataille. Après la

commande de tissus côte, jersey, milano ou crêpe, selon les coloris et finitions demandées, la livraison intervient dans un délai maximal de 15 jours, du fait d'un outil de proximité allant de l'achat des fibres jusqu'à la livraison aux façonniers.

"Cette réactivité est devenue essentielle sur ce marché, car c'est ce qui nous permet de nous démarquer des Chinois et des Turcs, qui sont très agressifs au niveau des prix, qui n'ont pour certains pas la qualité que nous nous imposons, mais qui commence tout de même à avoir des choses valables", explique à FashionNetwork.com le directeur général Simon Chatelain, pour qui cette production locale fait également écho aux nouvelles attentes. "Aujourd'hui, on cherche un aspect, un touché, mais aussi une histoire, une provenance, une éthique. Et notre défi prend tout son sens du fait que nous comptons parmi les derniers des Mohicans, notamment dans le domaine de la filature".

Labellisée Nord Terre Textile, l'entreprise opère notamment avec Livaeco, la viscose éco-conçue du groupe Birla. Mais au-delà des aspects coton ou viscose, l'entreprise prend aussi le pari des mélanges, incorporant du lin ou de la laine pour obtenir des touchés et tombés variés. Président de la société, Olivier Maroille évoque ainsi le lieu commun voulant que le coton offre des tissés plus doux, mais indique obtenir un meilleur résultat avec un mélange viscose laine moins onéreux. Tout en rappelant que la production de 8 millions de t-shirts en coton nécessite l'équivalent de 8 000 piscines olympiques en eau, la viscose n'en réclame que seize piscines.



MFT

"C'est un projet un peu fou", confie Olivier Maroille. "On va essayer de percer sur le marché franco-européen, et notamment sur les pays limitrophes. L'idée est d'être compétitif, d'acheter mieux, fournir un produit de qualité supérieur à un prix qui puisse réellement nous positionner sur le marché. Depuis le rachat, les clients nous suivent. Nous voulons les conserver, mais nous voulons aussi trouver d'autres visions, d'autres marchés, et mettre nos équipes et nos matières en valeur".

Une part importante du projet porté par la Manufacture Française de Textile est la valorisation des équipes, dans une région où l'industrie est largement associée aux friches délaissées. "Il faut leur faire comprendre qu'ils n'ont pas à rougir de leur production face à nos concurrents", explique les dirigeants, qui prônent par ailleurs une meilleure information des consommateurs. MFT est ainsi parti à la conquête des réseaux sociaux, afin de valoriser ses équipes et produits en montrant l'humain derrière le produit et marquer l'esprit des clients finaux.

Par Matthieu Guinebault

