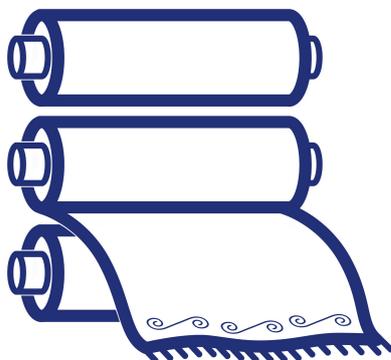


Revue de Presse Made in France

Contact : info@semioconsult.com

TEXTILE

Avril 2021 - Juin 2021



SémioConsult® est un cabinet de conseil spécialisé en stratégie d'entreprise et en stratégie de marque. Fondé par Anne-Flore MAMAN LARRAUFIE (Ph.D.), le cabinet dispose d'une expertise reconnue à l'international et d'une connaissance fine de la stratégie de gestion des marques, en particulier au sein du monde du luxe. L'entreprise est basée à Paris, Vichy, Singapour et Venise.

Spécialisé en gestion d'image de marque et en sociologie de la consommation, SémioConsult propose un accompagnement complet des marques de la définition de leur identité à l'optimisation de l'expérience-client et au déploiement opérationnel des stratégies définies. SémioConsult est aussi expert en gestion de l'identité de marque face à la contrefaçon et en valorisation du Made In France & Made in Italy.

Il compte dans son portefeuille clients de nombreux institutionnels et prestigieuses marques françaises et italiennes, ainsi que des PME et des entrepreneurs et start-ups.

SémioConsult mène également une activité de recherche et de publication d'articles dans des journaux spécialisés dont certains sont disponibles librement.

www.semioconsult.com

[Collections 2021] Udirev déroule les tapis... sur mesure

Publié par  [ZeproS News](#)

26/04/2021 10:03 - la dernière mise à jour 25/04/2021 21:56



EN PHOTO • Revendiquant « **un savoir-faire artisanal** », l'**atelier de confection d'Udirev** – situé à Aulnay-sous-Bois, en Seine-Saint-Denis – réalise des tapis sur mesure « **au centimètre fini** » et estampillé "Made in France". L'équipe se compose de « **huit couturiers chevronnés** ».

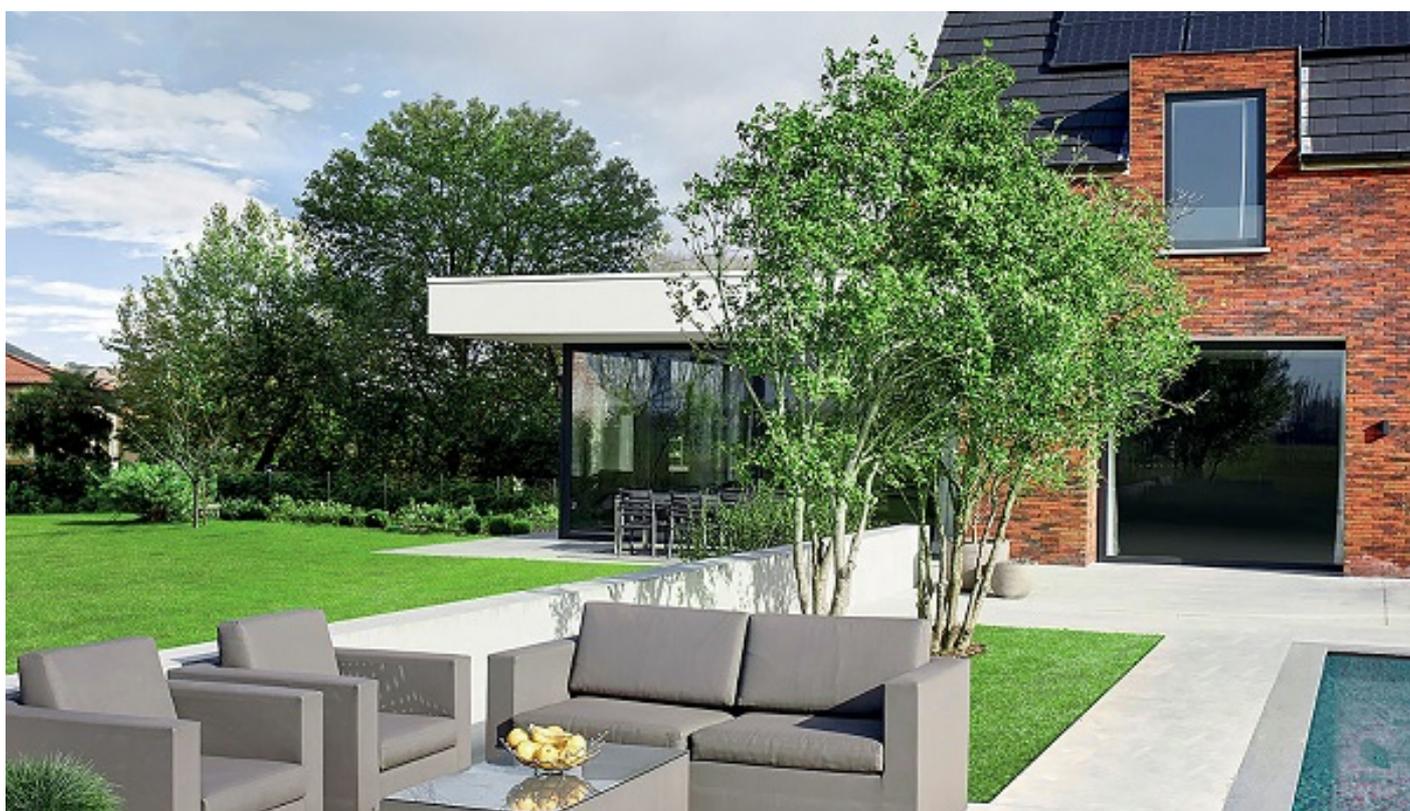
[ZeproS Négoce] **Pour accompagner la commercialisation de deux nouvelles lignes de tapis sur mesure, le groupement de grossistes indépendants n'a pas hésité à "mettre le paquet" en termes de merchandising et d'outils d'aide à la vente.**

Donner l'envie, séduire et convaincre pour déclencher la vente ! Dans le cadre du lancement de ses **deux nouvelles collections** baptisées, l'une **Confort**, l'autre **Nature**, Udirev a conçu des valises de présentation à l'attention de ses clients (artisans poseurs, peintres et prescripteurs), ainsi que pour les showrooms des dix adhérents qui constituent actuellement son réseau de distribution. Au total, pas moins de « **500 valises ont ainsi été fabriquées : elles ont nécessité la confection par les couturiers de l'atelier d'Udirev de plus de... 7 000 échantillons avec finitions** », précise une porte-parole du groupement basé en région parisienne. Installé à Aulnay-sous-Bois, en Seine-Saint-Denis où se trouve également le siège d'Udirev, l'atelier gère et traite l'ensemble des demandes du réseau du groupement d'indépendants – soit 80 points de vente (à date). Aujourd'hui, il gère et traite l'équivalent de **5 % de l'activité d'Udirev** tant en volume qu'en valeur. Avec un délai moyen de l'ordre de dix jours pour répondre à une demande client qu'il s'agisse d'une commande standard ou spécifique (projets chantiers et demande des prescripteurs).

Haute(s)-couture(s) !

Ce service Atelier qui existe depuis une douzaine d'années, a récemment planché sur « **des propositions de nouvelles finitions** », mais également fait l'objet de « **nouveaux investissements (machines à coudre)** », précise-t-on chez Udirev. Dans un récent communiqué, la centrale Udirev souligne d'ailleurs que « *pour réaliser ces finitions, l'atelier de tapis sur mesure est équipé d'un parc de machines ultra-modernes parmi les... plus performantes au monde. Parmi ces "merveilles de technologie" figurent deux tables soufflantes pour manipuler les grandes dimensions, deux machines Titan pour les finitions surjet et deux machines Titan pour les finitions galon et ganse* ». Autre spécificité : ces équipements permettent de réaliser **des tapis en fibres végétales** sur mesure. Prochaine étape commerciale maintenant ? La vente on-line de ce service via le portail Udirev ou à partir de l'E-boutique des adhérents ? « *Non, pas encore !* », rétorque simplement le groupement pour l'instant. **Stéphane Vigliandi**







EN PHOTO • Intérieur ou extérieur : trois ambiances des nouvelles collections 2021 que le service marketing d'Udirev a décidé de baptiser "Confort" et "Nature" : deux termes qui reviennent comme une "petite musique" dans l'esprit des ménages français depuis le premier confinement. Avec la volonté de faire bouger les lignes et d'[améliorer leur logement](#).

même 100 % made in Hérault. Nous devons à terme produire un million de masques FFP2 par semaine à Frontignan », indiquent les dirigeants de Prism. « À terme, avec cinq lignes de production, le groupe devrait atteindre les 50 salariés », estime Jean-Marc Azam.

À Roubaix, quand l'industrie textile renaît

Un documentaire diffusé le 8 avril sur France 3, à 22 h 50, nous fait vivre la bataille pour la relocalisation en France d'une activité qui avait quasiment disparu.



Par Marie Bordet



Publié le 08/04/2021 à 13h30

C' était un jour de fête. Les machines à coudre venaient d'arriver par camion en provenance des Balkans avant d'être installées au 156, rue de l'Industrie à Roubaix. C'était le 4 mai 2020, en pleine crise sanitaire, et l'atelier Roussel, déserté depuis si longtemps, reprenait vie pour produire, sans relâche, des centaines de milliers de masques en tissu. Cela rappelait joyeusement le bon vieux temps, quand cette cité du Nord vivait au rythme des piqûres et des surpiqûres, quand les ateliers de confection employaient des dizaines de milliers d'ouvrières et d'ouvriers... avant la chute brutale de l'industrie textile française, dans les années 1970, anéantie par la concurrence des pays asiatiques producteurs à bas coûts. Benjamin Carle, journaliste qui a réalisé le documentaire à succès *Made in France : l'année où j'ai vécu 100 % français*, ainsi que sa consœur Ella Cerfontaine ont suivi, caméra au poing et des mois durant, la poignée d'hommes et de femmes dont l'ambition était de faire revivre un pan d'industrie textile dans l'une des villes les plus pauvres de France.



Leur documentaire, intitulé *Re-faire des masques, une filière, une industrie*, diffusé jeudi 8 avril à 22 h 50 sur France 3, raconte une aventure humaine et entrepreneuriale hors du commun. Une

réponse à la dépendance de la France aux fournisseurs étrangers, à la vulnérabilité sanitaire et à sa faiblesse industrielle. L'expérience de l'atelier Roussel fait partie du réseau Résilience, un groupement national de PME du textile, d'entreprises d'insertion et d'entreprises adaptées créé à l'occasion de la crise du Covid-19 pour assurer la production de masques. Le spectateur est embarqué, en temps réel et en direct, dans le défi de la production en mode catastrophe de masques en tissu à Roubaix alors que les savoir-faire et les machines ont quasiment disparu de ce territoire... Le film ne cache rien de l'enthousiasme, des obstacles, des découragements, des bouffées d'optimisme des protagonistes : il y a l'industriel, chantre du made in France, Christophe Lépine, toujours rivé à son immense téléphone portable, qui commande des centaines de mètres de tissu, s'engueule avec les fournisseurs, planche sur des process

efficaces de production... « C'est un test de réindustrialisation à grande échelle », assure-t-il.

« On va faire dégueuler du masque en tissu »

Il y a le haut-commissaire à l'Emploi et à l'Engagement des entreprises auprès du ministre du Travail, Thibaut Guilluy, nommé en pleine pandémie, en mars 2020, et qui s'active à Paris, dans les antichambres du pouvoir, pour que ça marche, pour que le Nord saisisse sa chance, pour qu'on arrête d'acheter au bout du monde, pour montrer que la France « sait encore faire ». « Le textile a subi de plein fouet la mondialisation, brutale. S'il est possible de récréer quelque chose dans le textile, ça dira aussi que c'est possible dans plein d'autres secteurs. Vous allez voir, on va faire dégueuler du masque en tissu », s'enthousiasme-t-il. Il y a la DRH, Stéphanie Calvino, dont la vocation est d'aider les décrocheurs scolaires et tous les « inemployables », qui est si heureuse de « remettre des gens sur le chemin de l'emploi ». Des jeunes, pour la plupart, qui n'ont jamais touché une machine à coudre, et qui bénéficient d'une formation délivrée par des salariés ou des bénévoles, souvent des retraitées, anciennes ouvrières de la confection.

« Il faut développer et garder notre savoir-faire. Sinon, on deviendra le futur tiers-monde »

Le pari de la production de masques est tenu. On croise même un tout nouveau Premier ministre, Jean Castex, en visite officielle dans l'atelier pour encourager l'initiative. L'atelier carbure, sort quotidiennement des milliers de masques en tissu... Mais, au début de l'été, c'est la douche froide. Le commerce avec l'Asie reprend, les masques en papier sont disponibles en masse et pour pas cher dans la grande distribution, la demande pour les masques en tissu s'effondre. Désespoir de l'industriel. Les acteurs de l'aventure se sentent lâchés : « Il ne fallait pas nous laisser espérer comme ça... », dit Tony Lun Lan, un fabricant de tissus. Après une phase de découragement, les entrepreneurs cherchent une idée pour sortir la tête de l'eau. L'espoir renaît, l'atelier se met à produire des... tee-shirts, des blouses, des bonnets, des sacs en toile 100 % made in France. Alors, oui, c'est inévitable, le coût de production est supérieur de 20 à 30 % à des produits qui seraient fabriqués au Maghreb, par exemple. Mais les consommateurs français sont prêts

à payer un peu plus cher pour du made in France, n'est-ce pas ? Alors que ce beau documentaire est diffusé jeudi 8 avril, l'épilogue reste encore à écrire : est-ce possible de relancer durablement le textile en France ?

À Roubaix, quand l'industrie textile renaît

f

Par Marie Bordet

jeu. 8 avril 2021, 3:30 PM · 1 min de lecture

🐦

✉



Produire du textile en France, c'est possible.

C'était un jour de fête. Les machines à coudre venaient d'arriver par camion en provenance des Balkans avant d'être installées au 156, rue de l'Industrie à Roubaix. C'était le 4 mai 2020, en pleine crise sanitaire, et l'atelier Roussel, déserté depuis si longtemps, reprenait vie pour produire, sans relâche, des centaines de milliers de masques en tissu. Cela rappelait joyeusement le bon vieux temps, quand cette cité du Nord vivait au rythme des piqûres et des surpiqûres, quand les ateliers de confection employaient des dizaines de milliers d'ouvrières et d'ouvriers? avant la chute brutale de l'industrie textile française, dans les années 1970, anéantie par la concurrence des pays asiatiques producteurs à bas coûts. Benjamin Carle, journaliste qui a réalisé le documentaire à succès *Made in France : l'année où j'ai vécu 100 % français*, ainsi que sa consœur Ella Cerfontaine ont suivi, caméra au poing et des mois durant, la poignée d'hommes et de femmes dont l'ambition était de faire revivre un pan d'industrie textile dans l'une des villes les plus pauvres de France.





L'industriel Christophe Lépine, chantre du made in France, s'est donné pour mission de faire revivre l'industrie textile à Roubaix. © L'Infinie Comédie Leur documentaire, intitulé *Re-faire des masques, une filière, une industrie*, diffusé jeudi 8 avril à 22 h 50 sur France 3, raconte une aventure humaine et entrepreneuriale hors du commun.



Dossier : La nouvelle éco, comment le coronavirus bouleverse l'économie

Adishatz, la marque landaise de textile se développe

Lundi 5 avril 2021 à 7:30 - Par Tomasz Ryba, France Bleu Gascogne



Saint-Perdon



Reprise de l'ancienne usine Adidas à St Vincent de Tyrosse ? C'est ce qu'a dit Jean-Luc Lagrave sur France Bleu Gascogne jeudi dernier... 1er avril. Un poisson, certes, mais c'était pour souligner sur l'importance de la relocalisation.



Les ateliers de la marque Adishatz - Adishatz

Le dirigeant de la marque Adishatz voulait jouer avec l'actualité du 1er avril. Jean-Luc Lagrave était notre invité jeudi dernier, pour annoncer l'achat de l'ancienne usine Adidas de Tyrosse. Un poisson d'avril donc, dans le but de mettre en avant la fabrication textile, la relocalisation et l'industrialisation du secteur. La relocalisation, une notion importante à ses yeux.

Nous sommes la seule entreprise du département à avoir un atelier textile tout intégré.

A Saint Perdon, près de Mont de Marsan, Adishatz développe son activité avec la création prochaine d'un atelier textile tout intégré. Il s'agit d'une organisation verticale, qui permet toutes les opérations, dès la réception du tissu : la création, la découpe, la confection, la sérigraphie et la broderie. Un projet d'atelier tout en un. Au final, c'était l'activité de l'usine Adidas dans les années 90 à Saint Vincent de Tyrosse.

Interview de Jean-Luc Lagrave dans la Nouvelle Eco, à écouter [ici](#).

L'entreprise **Adishatz** est pratiquement en autarcie et elle peut travailler de cette manière ses propres marques comme **Atelier A**, et elle compte développer une collaboration avec la grande distribution sur le secteur pour des collections clés en main, dans le but de démocratiser le fabriqué en France auprès du grand public. Ce système d'atelier évite les surproductions, et reste dans l'écoresponsabilité. Jean-Luc Lagrave, le directeur de la marque, souhaite que les consommateurs deviennent des « consomm'acteurs ».

La fast-fashion c'est certainement terminé : les gens vont certainement acheter moins, mais mieux, comme c'est le cas dans l'agro-alimentaire.

Sur le site de St Perdon, en plus de l'unité de confection, il est prévu prochainement un show room-boutique.

La Chronique Eco sur France Bleu Gascogne, c'est du lundi au vendredi à 7h15.

Accueil du site > Production > Equipements

Envoyez l'article par e-mail : 

Astra lance ses masques made in France

Mercredi 31 Mars 2021, Par [Bakhta JOMNI](#)

Cet article appartient aux thématiques : • A la une

Grâce à sa maîtrise de la soudure haute fréquence, Astra a développé des masques de protection de catégorie 1.

La PME française Astra, spécialiste de l'assemblage de matériaux souples par soudure haute fréquence, a développé grâce à son savoir-faire un nouveau masque de protection.

Classé en catégorie 1, le masque Ultra à usage non sanitaire est un complexage tri-couche de polyester permettant la filtration de 99 % des particules de 3 microns jusqu'à 50 lavages. Certifié par l'IFTH – Institut Français du textile et de l'habillement, ce masque est entièrement fabriqué en France. Il s'adapte à chaque morphologie de visage grâce à l'incorporation d'une fibre élasthanne.

Astra a pour ambition de produire 250 000 masques Ultra de catégorie 1 d'ici 6 mois et équipe déjà de grandes entreprises en France et à l'international. « La création de ce masque a été un véritable révélateur de l'agilité de notre entreprise. Comme pour une recette de cuisine, l'équipe R&D a travaillé sans relâche et testé de nombreuses combinaisons d'alliage de matériaux, déclare Pierre-André Aouizerats, président d'Astra. Le processus industriel de la soudure haute fréquence permet d'assembler des matières sans utilisation de colle ou de couture, ce qui offre une qualité de produit et un confort d'utilisation supérieurs. Nous sommes fiers aujourd'hui d'être arrivés à ce niveau de qualité, 100 % made in France. »

Astra propose habituellement sa technologie de soudure haute fréquence à l'industrie paramédicale ainsi que pour la protection individuelle et la filtration agro-alimentaire. L'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires de 2 millions d'euros en 2020 et compte 30 collaborateurs. Elle investit chaque année 10 % de son chiffre d'affaires en R&D et exporte près de 25 % de ses produits à travers le monde.



Besançon

Une entreprise de velours menée de main de fer

L'atelier des ptits doux, l'entreprise d'Elisa Vautier à Osse, est à la fois un hôpital pour réparer les coutures des doudous cabossés et le nid de créations originales : bavoirs, doudous, bandeaux, couvertures...

Par Catherine CHAILLET - 28 avr. 2021 à 07:00 | mis à jour à 10:37 - Temps de lecture : 3 min



Doudous, bavoirs, peluche, Elisa Vautier dédie son savoir-faire à l'enfant Photo ER /Ludovic LAUDE

Elisa Vautier crée de la douceur et du rêve et mène son entreprise d'une main de fer. Léonard le renard, chef de file et logo de L'atelier des ptits doux, fut le premier. Puis sont venus Léonie la licorne, Léo le dragon, Léon l'ânon... prêt à suivre bébé jusqu'à l'adolescence. Car c'est la vocation du doudou d'être traîné partout, puis caché pour continuer à exister les soirs de tempête. Elisa Vautier a prévu la durée. Tissus et patrons certifiés Oeko-tex et NF, elle garantit ainsi le fond, des matières premières de qualité, et la forme, coutures et broderies sécurisées, produits haut de gamme et tarifs en rapport (40 à 85 € le doudou). Avant d'installer son atelier à l'étage de la maison à Osse, elle a longuement réfléchi sur le made in France, le circuit court, l'entraide entre créateurs, l'émulation familiale et amicale. Valeurs revendiquées de l'entreprise.

Formation en alternance

Tombée par hasard dans la couture, en s'inscrivant en BP à Jules-Haag alors qu'elle rêvait d'arts plastiques au lycée Pasteur, la jeune fille est happée par cet univers créatif et technique. Lauréate des Olympiades des métiers, elle rate le podium national, mais découvre que les gagnants suivent une voie d'alternance. Alors elle reprend son BTS modéliste pour bénéficier des bienfaits de l'entreprise, à Lyon puis chez SIS à Valdahon. Elle fait l'apprentissage de l'autonomie, de la confiance et d'une licence professionnelle en gestion de la production industrielle, avant de devenir, durant 8 ans, technicienne de méthode. Elle optimise alors les différentes

phases de production, du prototype au montage sous la contrainte financière du chrono. Voilà qui sert encore aujourd'hui les séries personnalisées de L'atelier des ptits doux.



01 / 07

Elisa Vautier défend le made in France et se place sur le marché haut de gamme des certifications.

« Je voulais créer un hôpital à doudous. Parce qu'un doudou mâchouillé par le chien, c'est un drame pour l'enfant. Retrouver un doudou comme neuf, c'est un vrai bonheur. Et ça a du sens de prolonger la vie des objets. » Elle le fait aujourd'hui. Et travaille comme retoucheuse classique. Un congé maternité en attendant Mathilde puis un confinement, voilà les prototypes et les certifications au point pour aller bien plus loin. Elisa Vautier a déposé les statuts de **L'atelier des ptits doux** en août dernier.

Les réseaux sociaux lui donnent des ailes et des clients. Les boutiques de créateurs, à Saône, Ornans, Arbois, Montbéliard en août et Besançon en septembre accentuent sa lisibilité. « J'élargirai ma gamme avec des produits plus abordables. Je viens de lancer une collaboration avec plusieurs créateurs de **La boutik du Marais à Saône**, pour une trousse de toilette enfant, avec boîte et savons, peigne en bois et un gant » Elle poursuivra dans l'univers gigoteuses, tabliers toujours aux normes imposées par la puériculture. Sa solide formation lui a appris à voir grand et les idées ne manquent pas.

Covid-19 : la société Neeobreath invente un masque transparent et filtrant, réutilisable

Un masque anti-covid transparent réutilisable, présenté comme l'un des plus filtrants du marché vient d'être lancé par la société Neeobreath, située à Quessoy (Côtes-d'Armor). Du 100% made in France et une innovation qui pourrait redonner le sourire à de nombreuses professions.

Publié le 27/04/2021 à 12h51



Dernier né de la Société Neeobreath de Quessoy (22) : le masque Cristal, transparent, filtrant et réutilisable. • © Jean-Marc Seigner-France3 Bretagne

Côtes-d'Armor Saint-Brieuc

Les masques de protection de Neeobreath ont déjà conquis la Marine nationale. Sa dernière innovation : **le masque cristal**.

Il pourrait bien séduire de nombreux professionnels de la santé ou de l'éducation, dans l'attente d'un produit transparent à la fois sûr et confortable.

"On voit de tout dans le milieu des masques actuellement. Moi, je voulais créer quelque chose de transparent et surtout efficace et sûr et de qualité française" précise son

concepteur.

Sans aide et sans aucun concours extérieur, c'est en quatre mois que Guillaume Turbec a développé ce produit breveté, qui **ne génère aucune buée grâce à quatre valves et un filtre parmi les plus performants du marché.**

C'est un filtre virucide qui fonctionne sur un principe actif à base de cuivre et qui permet une utilisation de ce filtre sur une durée d'un mois. Il coûte 9 euros, avec un impact écologique minimum et des déchets réduits au maximum.

Guillaume Turbec , société Neeobreath

La société travaille actuellement à la création d'un filtre à base de fibres naturelles, 100% recyclables. Le moindre impact fait partie intégrante de la démarche de l'entreprise.



Guillaume Turbec souligne : *"Un masque anti-covid n'est pas un accessoire de mode ou un gadget, c'est avant tout un dispositif respiratoire qui doit répondre à trois fondamentaux : la morphologie, la respiration et la mécanique de l'air. Pour concevoir mon produit, mon expérience dans le milieu de la plongée m'a ainsi beaucoup aidé!"*

Ce masque transparent pourrait redonner le sourire et de l'air à de nombreuses professions, jusque-là entravées par le port du masque obligatoire.

Saint-Jean-d'Avelanne

Covid-19. En Isère, la société Astra produit l'un des masques lavables les plus filtrants du marché

La société Astra, produit à Saint-Jean-D'Avelanne (Isère) un masque de protection de nouvelle génération, réutilisable 50 fois et capable de filtrer 99% de particules de 3 microns.



Commercialisé par la société iséroise Astra, le masque Astra-ULTRA est capable de filtrer 99% des particules de 3 microns. (©Photo d'illustration/Astra)

Par **Rédaction Grenoble**

Publié le 15 Avr 21 à 7:44

C'est une protection contre le [Covid-19](#) de nouvelle génération « **100% fabriquée en Isère** ».

Dans son usine de **Saint-Jean-D'Avelanne**, la société [Astra](#) produit depuis la fin du mois de mars 2021 l'un des masques « les plus performants et ergonomiques du marché ».

L'entreprise née en 1925, d'abord spécialisée dans la chaussures puis dans le paramédical, est le leader français dans le procédé industriel de la soudure haute fréquence. Il permet « **d'assembler des matériaux souples les uns avec les autres** sans avoir recours ni à la colle ni à la couture », explique le président d'Astra, Pierre-André Aouizerats.

Un procédé qui a permis à son premier modèle, commercialisé en juillet 2020, de se vendre à **plus de 250 000 exemplaires**. Fort de ce succès, la société s'est

donc penchée sur un nouveau prototype avec le changement du protocole sanitaire, le 29 janvier 2021, qui préconise des masques de catégorie 1 avec un pouvoir de filtration **supérieur à 90%**.

Filtrant à 99% des particules de 3 microns

« On travaillait déjà depuis un moment sur la deuxième version de notre masque puisque la première était encore de catégorie 2 et nous avons développé ce modèle pour lequel nous avons eu l'excellente surprise d'obtenir des tests de laboratoire qui ont montré **qu'il filtre 99% des particules** de 3 microns », détaille Pierre-André Aouizerats.

Réutilisable et lavable 50 fois, il est commercialisé depuis trois semaines et la société assure une capacité de production **de 5 000 masques par jours**. Comme pour son premier modèle, elle a l'ambition d'en produire 250 000 d'ici six mois.

[À lire aussi](#)

Isère. Sans masques ils prônent des traitement alternatifs au Covid-19 sur le marché de Voiron

« On a évidemment gardé ce qui a fait le succès du masque de première génération, précise le dirigeant. C'est un masque qu'on ne retrouve nulle part ailleurs, il n'y a pas de coutures ni de plis, et l'idée c'est de tout mettre en œuvre pour pouvoir proposer du 'Made in France' à l'ensemble de la population ».

Déclinable en différents modèles, pour le grand public comme pour les professionnels, la société, qui a réalisé un chiffre d'affaires de **2 millions d'euros en 2020** et compte 30 collaborateurs, a déjà noué des partenariats avec des entreprises françaises et internationales. La production, elle, restera entièrement iséroise.

ECONOMIE FRANÇAISE

Dans les Hauts-de-France, une usine de textile made in France en pleine croissance

A Saint-André-lez-Lille, l'entreprise Lemahieu propose une chaîne de fabrication entièrement française, du patronage à la finition.

Par Laurie Moniez (Lille, correspondante)

Publié le 27 avril 2021 à 09h27 - Mis à jour le 27 avril 2021 à 09h28

Lecture 2 min.

Article réservé aux abonnés



L'usine Lemahieu, fabricant de vêtements et sous-vêtements made in France, à Saint-André-Lez-Lille (Nord), le 26 avril. AIMEE THIRION POUR « LE MONDE »

« Bonjour Lucette ! Bonjour Nadia ! Bonjour David ! Bonjour Sylvie ! » Dans les allées de l'atelier de confection de l'usine, pas un prénom n'échappe à Martin Breuvert, le président de l'entreprise de textile Lemahieu, dont la chaîne de fabrication est entièrement

française. Mécanique bien rodée, les salariés attablés derrière leurs machines à coudre répondent à leur patron âgé de 42 ans par un chaleureux « *Bonjour Martin* ». Bienvenue chez Lemahieu, à Saint-André-lez-Lille (Nord), où la relocalisation de la fabrication textile en France n'est pas qu'une utopie.

Culottes, boxers, débardeurs, caracos ou leggings, voilà plus de soixante-dix ans que l'entreprise, au capital familial jusqu'en 2018, produit des sous-vêtements, du patronage à l'expédition, en passant par le tricotage, la coupe, la broderie, la confection et la finition. Le Slip français, 1083, Le Bourget, Archiduchesse ou de nouvelles marques comme Paris-Lille et sa production locale en petites séries. Des jeunes griffes qui se lancent sur le marché français mais aussi des grands noms qui ont à cœur de souligner leur engagement pour le made in France. Tous produisent à Saint-André. « *Il n'y a que la teinture que l'on sous-traite en France et en Belgique* », tient à préciser Martin Breuvert.

Lire aussi [Présidentielle 2022 : avec la crise sanitaire, l'idée de souveraineté industrielle ressort des cartons](#)

Cet ancien d'HEC Paris a repris cette bonneterie il y a deux ans et demi avec son associé Loïc Baert. A l'époque, la manufacture comptait 90 salariés. Ils sont aujourd'hui 133 et le chiffre d'affaires est passé de 5,8 millions d'euros en 2018, à 7 millions en 2020, et il devrait atteindre les 8 millions d'euros cette année. « *L'enjeu financier, c'est important, mais ce n'est pas la finalité*, insiste Martin Breuvert. *Toute notre gouvernance est basée sur la RSE [responsabilité sociétale des entreprises]. Il faut que l'entreprise soit économiquement viable, socialement juste, et environnementalement bonne.* » L'objectif de neutralité carbone devrait d'ailleurs être atteint en 2030.

ToulÉco Éco Entreprises

Gard. La maison Cervin ne connaît pas de bas

Publié le jeudi 29 avril 2021 à 19h14min par Johanna Decorse

À l'origine de la marque de bas et collants Cervin, la société du Gard L'Arsoie vient de racheter un métier à tisser rarissime qui va lui permettre d'embaucher et d'asseoir son savoir-faire de dernier fabricant français de bas pure soie et pur nylon.



Sur un marché des bas et collants en recul depuis plusieurs années, Cervin ne perd pas le fil. Face à ses concurrents et poids lourds du secteur, Le Bourget, Well, Bleu Forêt, Wolford ou encore Dim, récemment mis en vente par son propriétaire américain, la marque de la société L'Arsoie, fondée en 1918 à Sumène, dans les Cévennes gardoises, a même du mal à répondre à la demande. Depuis la liquidation en novembre 2020 de la manufacture Gerbe, fleuron français passé sous pavillon chinois, le fabricant occitan affirme être « le dernier en France et au monde » à produire des bas de soie et 100% nylon.

La maison Cervin doit son positionnement haut de gamme et ses collections très spécifiques, comme les authentiques bas couture, à ses machines de la marque Reading. « Ces métiers à tisser américains des années 40-50, dont nous possédons les deux derniers modèles en Europe, nous permettent de perpétuer un savoir-faire artisanal ancestral qui est menacé de disparition. Ils nous garantissent une qualité que ne peuvent pas reproduire des machines plus récentes. Notre taux de retour est de 0,1% », souligne Marc Laurent, directeur général de la la société L'Arsoie.

Patrimoine à sauver

Cet attachement de la maison Cervin à une « production traditionnelle » l'a conduite à racheter un équipement ancien de la société Gerbe, datant des années 1930, inscrite à l'Inventaire général du patrimoine culturel. « Ce métier français de la marque Kalio, de 20 mètres et de 20 tonnes, vient compléter les trois métiers que nous possédons déjà. Il va nous permettre d'augmenter notre production pour faire face à la demande. Mais notre décision est aussi sentimentale. Nous ne voulions pas que cette machine rarissime parte à la ferraille. Grâce à ce métier et à notre projet d'ouverture, d'ici six mois, d'une unité de production de corseterie et de porte-



jarretelles de très haute facture au Vigan, nous prévoyons de recruter au minimum huit personnes dans les trois ans qui viennent », souligne Marc Laurent.

La maison Cervin, qui emploie actuellement vingt-cinq personnes et réalise 60% de ses ventes à l'étranger via son site de e-commerce et ses boutiques partenaires, a vu ses commandes s'envoler de 25% au mois de mars, notamment en provenance des États-Unis. Cet « emballement » pour ses produits confectionnés, mis en forme à la taille, repassés et emballés à la main devrait se traduire en 2021 par un chiffre d'affaires en hausse, de l'ordre de 1,8 million d'euros. La manufacture, qui profite largement du regain d'intérêt pour le *Made in France*, vise les 2,2 millions d'euros dès l'année prochaine.

Johanna Decorse

Sur la photo : La société du Gard L'Arsoie, fabrique sous la marque Cervin plus de 200.000 bas et collants en soie et nylon chaque année. Elle doit son positionnement haut de gamme à son parc de métiers à tisser anciens dédiés notamment aux authentiques bas coutures. Crédit : Cervin.

Géochanvre ou la fibre sociale et écologique

Frédéric Roure est le fondateur et le dirigeant des sociétés Géco Ingénierie (dans le Gard) et de Géochanvre (dans l'Yonne). La première, fondée en 2000 déploie un éventail de solutions de renaturation pour les grands travaux des collectivités ; la seconde fabrique des rouleaux de paillage désherbants et des toiles végétales écologiques, en valorisant les fibres naturelles made in France et en fédérant la filière agricole locale.

Frédéric Roure, fondateur et président de Géco et de Géochanvre
(©Géochanvre)

Publié le 13 avr. 2021 à 15:17

Pour Frédéric Roure, l'écologie est une conviction qu'il met en pratique depuis plus de vingt ans,

lorsqu'il fonde Géco Ingénierie d'abord, puis Géochanvre en 2014. La société Géco, est spécialisée en génie écologique, dans le domaine de la renaturation, et aligne déjà une quinzaine de brevets. Elle met au point des solutions sur-mesure de conservation des eaux et des sols pour le compte des collectivités, qu'il s'agisse de revégétaliser des cours d'eau pour attirer des espèces protégées aquatiques et terrestres, de créer de zones humides, des rivières artificielles, de réaliser des travaux de reméandrage, de protection des berges ou du littoral. « Nous travaillons sur des projets globaux, transversaux, dans une vraie logique d'aménagement du territoire », explique Frédéric Roure. « Nous avons ainsi obtenu un marché cadre avec l'agglomération de Montpellier, pour intervenir depuis le pic de Saint-Loup jusqu'aux étangs palavasiens et les bords de mer. Notre champ d'action sur les zones humides et les sites naturels Natura 2000 s'élargit également côté terres, puisque désormais nous installons des haies écologiques avec des plantes locales, en reconstituant des habitats naturels pour les animaux - chauves-souris et hérissons notamment - grands consommateurs d'insectes ravageurs de la vigne. Cette activité est d'autant plus porteuse que l'État a lancé un plan ambitieux de 7000 km de haies destiné à sauvegarder les écosystèmes, étendre les cultures

bio et l'agriculture raisonnée. » Pour augmenter sa compétitivité tout en réduisant l'impact sur l'environnement, le dirigeant a décidé de supprimer les pots de plantes en plastique pour les remplacer par une alternative naturelle et compostable : des contenants biodégradables introduits directement dans le sol avec le végétal. 5000 pots ont déjà été réalisés mais le potentiel est large avec 100 000 plantations effectuées par an. « L'idée est d'influer sur les méthodes de cultures en amont, car compte tenu des volumes, à savoir 2000 arbres par kilomètre de haie, utiliser du plastique relève du non-sens absolu. » Cette innovation est si essentielle que le dirigeant a choisi de ne pas la breveter. « Tout l'intérêt est de la généraliser pour qu'elle profite au plus grand nombre et d'abord à l'environnement. »

Industrie : le lin redevient made in France

Publié le 27/04/2021 23:17

Durée de la vidéo : 4 min.



 V.Frédéric, A.Sangouard, P.Gueny - France 3
France Télévisions



19/20
Édition du mardi 27 avril 2021

Un entrepreneur alsacien vient de relancer la première filature de lin, en Alsace. L'activité avait totalement disparu en France, alors que le pays est le premier producteur de lin au monde.

Après des années de silence, une filière de lin, Velcorex, vient d'être lancée au sud de l'Alsace, à Hirsingue (Haut-Rhin). L'activité avait disparu en France depuis 15 ans. Le matériel a été majoritairement acheté d'occasion en Hongrie, à l'exception d'une machine française. Les fibres arrivent sous la forme de rubans de lin, ensuite affinés et transformés en fil. La matière première provient des cultures de Normandie, et des Hauts-de-France. L'Hexagone est en effet, avec ses 100 000 hectares, le premier producteur mondial de lin. 80% de la production est emmenée en Asie, avant de revenir en France sous la forme de fil, tissu ou vêtements.

"Maîtriser la matière et l'innovation"

Une aberration pour Pierre Schmitt, le patron de l'entreprise alsacienne. Sa nouvelle filature lui permet déjà de concevoir des jeans et des chemises. *"En ayant tout l'écosystème autour de nous, en ayant tous les techniciens, tous les professionnels de la*

teinture, du blanchissement, de la préparation, explique ce dernier. C'est cette proximité qui nous permet aujourd'hui de maîtriser la matière, l'innovation plutôt que de tout importer et d'être un simple acteur qui subit les aléas de la conjoncture internationale." En Normandie, la région la plus grande productrice de lin au monde, son initiative ne laisse pas indifférent. Dans un hangar, Karim Behlouli va lui aussi installer sa filature de lin.

Insomnie : le français Wakeup Serenity tire la couverture à soi

Par **Angelina Hubner** - 14/04/2021

WakeUp Serenity, la couverture lestée 100% Made in France, conçue pour un maximum de confort, soulager le stress et favoriser le calme.

La couverture Serenity est unique en son genre, entre 3 à 5 fois plus lourde (entre 6/8 voire 10 kg en fonction de votre poids), elle active des points de pression permettant de sécréter de la sérotonine (hormone de la bonne humeur) et de la mélatonine (hormone du sommeil). Le poids de la couverture est réparti de façon équilibré afin d'activer des points de pression sur tout le corps.

Une innovation spectaculaire

La couverture a un effet 4-en-1, elle réduit le stress et l'anxiété grâce à l'hormone cortisol (hormone du stress) et elle améliore le sommeil, en réduisant les mouvements du corps pendant la nuit. De plus, elle calme l'esprit et le corps en générant une agréable sensation de détente et enfin, elle est ultra-confort, grâce à sa matière en velours et de micro billes de verre de haute densité incorporées dans la couverture.

« *La couverture Serenity est une solution 100% naturelle pour renouer avec des nuits paisibles et récupératrices. Idéal pour se réveiller de bonne humeur et attaquer la journée du bon pied !*

» souligne, Nicolas Marquis, fondateur de WakeUp Serenity.

La couverture est utilisable toute l'année, et si vous désirez l'acquérir, l'entreprise vous offre la possibilité de la tester durant 30 jours, sans obligation d'achat. Afin de faciliter l'achat d'un modèle, WakeUp serenity offre la possibilité de la payer en trois fois sans frais (187 euros), une démarche appréciable en ces temps difficiles.

Un concept Made in France

WakeUp Serenity est au cœur d'un projet novateur, valorisant le savoir-faire français en créant des emplois et contribuant également au dynamisme des territoires. Les tissus proviennent de Saint-Etienne (Rhône) et sont réceptionnés à castres, dans le Tarn. La partie lestée est 100% coton PEKO TEX et provient d'Europe. Conçue par des couturières expérimentées, la couverture WakeUp Serenity est pratique et agréable.

Un burn-out bienfaiteur

Nicolas Marquis, un Toulousain de 42 ans, a créé WakeUp Serenity. Ancien directeur commercial et marketing au sein d'un club de foot professionnel, il est victime d'un burn-out. Après quelques années de suivi par des médecins, des thérapies naturelles, (sophrologie, hypnose, yoga), Nicolas évolue et s'ouvre à une façon de vivre et de penser différente. Nicolas évolue et une levée de fond sur Ulule marque le début de WakeUp Serenity en Septembre 2019.

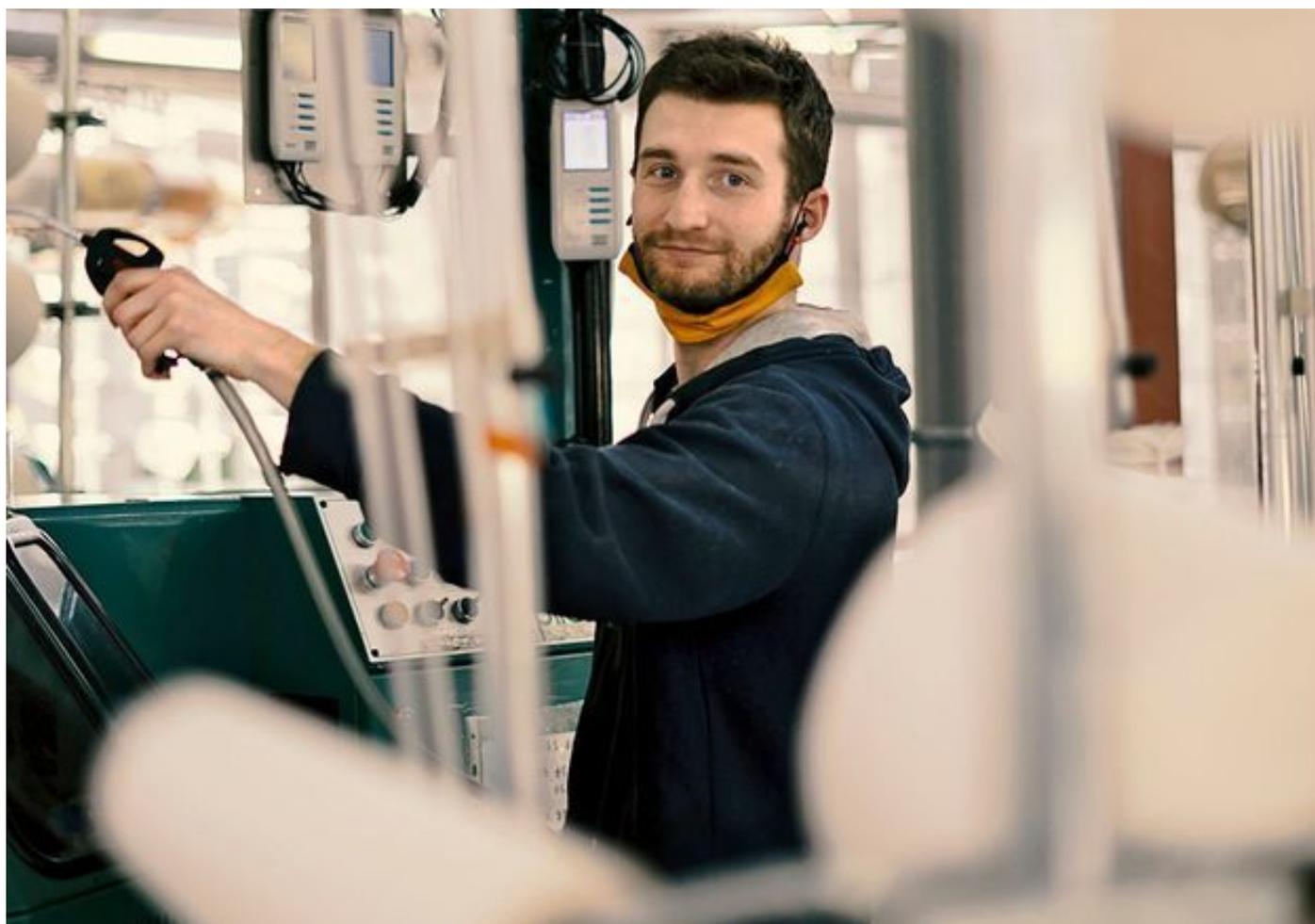
En 2021, la marque s'apprête à lancer des couvertures lestées pour enfants et a pour ambition de proposer des produits naturels contre le stress et les insomnies.

Souhaitons à WakeUp Serenity, une réussite dans sa démarche et ses objectifs ambitieux, car le marché est déjà bien encombré, avec quelques marques déjà bien implantées sur le secteur, on pense à Gravity ou encore l'Allemand Levia Blanket, deux leaders du marché... Mais WakeUp Serenity dispose d'arguments de poids...avec ses couvertures.

ELLE<https://www.elle.fr>Elle (<https://www.elle.fr>) > Mode (<https://www.elle.fr/Mode>)> Les news mode (<https://www.elle.fr/Mode/Les-news-mode>)

La mode se fabrique dans les Vosges !

Publié le 10 avril 2021 à 15h15



©Emma Burlet

🔖 SAUVEGARDER

L'industrie textile vosgienne renaîtrait-elle de ses cendres ?
Entrepreneurs motivés, consommateurs exigeants, le savoir-faire a de beaux jours devant lui. Reportage auprès de ceux qui fabriquent la mode.



Il est 12 h 55, et le grand ballet des ouvrières commence dans l'usine Bleuforêt de Vagney. Devant les machines à tricoter, à coudre, à repasser et à emballer les chaussettes (<https://www.elle.fr/Mode/Accessoires-de-Mode/Chaussette-femme>), les unes attendent de prendre leur poste quand les autres rangent leurs affaires. Le rythme est soutenu : nous sommes mi-mars, et il faut déjà produire la collection de l'hiver prochain, qui compte plus de 1 000 références. Quelque 240 personnes travaillent ici, dans la vallée vosgienne, à remettre les chaussettes au goût du jour et à faire perdurer le savoir-faire textile hexagonal. Aux alentours, les commerces « dans leur jus » et la toute proche Vologne évoquent davantage les années 1980 et un sordide fait divers qu'une capitale de la mode. Visibles depuis les routes qui serpentent entre les forêts de conifères, les nombreux bâtiments de tôle et de brique rappellent pourtant l'apogée industriel de la région. Filature, tissage, maille, ennoblissement et confection : du XVIIIe siècle au début des années 1970, les Vosges sont un berceau de l'activité textile française. La suite de l'histoire, celle de la désindustrialisation, tout le monde la connaît. Mondialisation, main-d'œuvre bon marché, délocalisation de masse vers l'Afrique du Nord, l'Europe de l'Est et l'Asie. Pour la mode, tout cela s'accélère encore en 2005, avec la fin des quotas sur les importations textiles. Le nombre d'emplois dans le secteur a depuis été divisé par 10 pour la région d'Épinal, tandis que le chômage, lui, a grimpé à 20,7 %. Mais, depuis quelques années, grâce à des entrepreneurs décidés à conserver les savoir-faire locaux – et à des consommateurs de plus en plus demandeurs de Made in France (<https://www.elle.fr/Mode/Les-news-mode/Mode-made-in-france-3111832>) –, l'industrie textile semble reprendre son souffle dans les Vosges.

LINportant : une coopérative normande relève le défi du Made in France avec ses tee-shirts en lin bio

La société lancée l'année dernière grâce à un financement participatif a reçu une première machine à découper. Les tricoteuses sont attendues cet été. LINportant veut faire renaître un métier qui avait été presque entièrement délocalisé : "la France ne sait plus travailler le lin"

Publié le 22/04/2021 à 16h41

Mis à jour le 22/04/2021 à 18h34



La coopérative créée à Evrecy dans le Calvados va démarrer la production de tee-shirts en lin bio • © France Télévisions

Calvados Caen

Le lin s'épanouit en Normandie. La région est même le leader mondial de la production de lin fibre qui fournit l'industrie du textile. Étrangement, les Normands n'exploitent pas cette matière première. Les filatures sont à l'étranger, et les derniers fabricants de jersey de lin sont dans l'Est de la France, ou dans la vallée du Rhône...

À ce sujet, la rédaction vous recommande

→ [La Normandie leader mondial de la production de lin : on vous explique](#)

tout

"Je suis tombé amoureux de la Normandie et de ses champs de lin aux fleurs bleues en 2009. Je travaille dans le secteur de la mode éthique depuis 20 ans, et j'ai envie de valoriser la production de cette fibre 100% naturelle", expliquait Paul Boyer, l'un des fondateurs rencontré l'année dernière à la naissance de LINportant.

À ce sujet, la rédaction vous recommande

- **Calvados : LINportant veut créer une filière de production textile en lin bio 100% normande**

La coopérative basée à Evrecy dans le Calvados s'est donné pour mission de fabriquer des tee-shirts en lin bio, si possible normands. L'idée est dans l'air du temps.

D'ailleurs, le succès de la campagne de financement participatif lancée pendant le premier confinement a dépassé toutes les espérances. "Nous avons été soutenus par 3575 contributeurs", explique Morgane Ermeneux, la responsable commerciale de LINportant.

En contrepartie d'un apport d'argent, la coopérative s'était engagée à fournir des tee-shirts. À la fin de la campagne, elle s'est retrouvée avec une commande de 8139 pièces à honorer. "On n'avait pas mesuré qu'il serait si difficile de faire fabriquer 8000 tee-shirts", reconnaît Morgane Ermeneux.

"En France, dans la confection, plus personne ne sait travailler le lin"

LINportant a bien trouvé des fournisseurs capables de livrer le fil et la maille de lin. Pour assembler les tee-shirts, c'est une autre histoire.... "C'est un tissu très technique qui demande une compétence particulière. On en est au quatrième atelier qui nous abandonne... En France, dans la confection, plus personne ne sait travailler le lin."

Les contributeurs ont souvent dû se montrer patient avant de recevoir le tee-shirt qui leur était promis. *"C'est ennuyeux, car personne ne comprend les retards de livraison ni ne soupçonne les difficultés liées à la production. Les gens qui commandent sur internet ont l'habitude de recevoir le produit dans les trois jours"*, déplore Morgane Ermeneux.

Ils arrivent dans vos boîtes pour notre plus grand plaisir !!! 🥰 Merci encore pour votre patience et votre bienveillance ! #jaimemonTSLINportant Ulule

Publiée par LINportant sur Jeudi 26 novembre 2020

Paradoxalement, les retards de production ont renforcé les convictions des fondateurs de la coopérative. La pandémie a aussi souligné combien l'industrie française était dépendante des sous-traitants étrangers. Aujourd'hui, toute la confection du lin est réalisée à l'étranger.

Il est urgent de se réapproprier cette industrie. Demain, si la Chine craque, on sera à poil.

Morgane Ermeneux, responsable commercial de LINportant

D'ici quelques semaines, la coopérative sera en mesure de fabriquer elle-même tous ses tee-shirts dans l'atelier d'Evrecy. Une machine à découper ultra-moderne est déjà opérationnelle. Des tricoteuses fabriquées sur mesure seront livrées dans le courant de l'été. Cinq personnes sont actuellement employées à temps plein. L'effectif sera porté à douze salariés au mois de septembre pour faire face à la demande.

LINportant doit faire face à un autre imprévu de taille : le succès.

Quand la coopérative a été lancée, l'objectif, déjà ambitieux, prévoyait une fabrication annuelle de 100 000 pièces au bout de trois ans. *"Nous avons déjà une demande pour 300 000 pièces, annonce Myriam Conzett qui préside la coopérative d'intérêt collectif LINportant. Donc nous sommes déjà en train de revoir la dimension du projet. Il nous faudra aussi davantage de produits, davantage de modèles, davantage de couleurs"*.

Des marques de prêts-à-porter *"veulent proposer des produits sains et bons pour l'environnement"*. Cela ne nuit pas à leur image et la clientèle le réclame, mais à l'autre bout de la chaîne, ça patine. Le lin bio n'est pas produit en quantité suffisante pour répondre à la demande. 97 % du lin français est encore cultivé en conventionnel.

Merci Mathieu Grenier, de la ferme familiale Les Prés d'Artemare. Ferme de polyculture et d'élevage de vaches laitières...

Publiée par LINportant sur Vendredi 11 décembre 2020

Quelques producteurs ont entrepris de convertir leur exploitation, mais la période transitoire dure trois ans. *"D'ici 2022, 1000 hectares seront convertis en bio, dont 500 en Normandie"*, annonce LINportant. Le directeur de la coopérative n'avait pas sous-estimé cette difficulté. L'année dernière, Paul Boyer mesurait combien il lui faudrait se montrer persuasif : *"pour inciter les producteurs liniers normands à prendre le risque d'une transition alors que la filière conventionnelle marche bien, il faudra qu'on leur montre que les débouchés sont bien présents"*.



Dans l'atelier de LINportant à Evrecy où débute la confection de tee-shirts en lin bio • © France Télévisions

LINportant devra peut-être fabriquer une partie de ses tee-shirts en lin conventionnel, au moins le temps que dure la conversion en bio. *"On veut rassembler la filière. On est tous dans le même bateau"*, martèle la coopérative. Aux dernières nouvelles, la filature du nord de la France qui fournit la coopérative normande songerait à rapatrier la production de Pologne pour faire face à l'explosion de la demande. Quelle aventure !

Longwy

Louise Aimard, brodeuse d'art à la main, raconte sa passion

Louise Aimard, brodeuse d'art à la main, livre sa passion pour ce métier d'orfèvre et tout en couleurs. La jeune femme occupe un espace dans la boutique Mon Dressing à Longwy-Bas où la vue est inspirante.

14 avr. 2021 à 12:30 - Temps de lecture : 2 min



Dans un joli coin de la boutique, **Louise Aimard** effectue son travail d'artisan en broderie. Louise a passé 10 ans à Paris où elle a appris ce métier grâce à de petits contrats. Le Moulin Rouge a été son cadre de vie lors d'un stage.

Quelle est votre histoire de brodeuse ?

Louise AIMARD : « Le plus gros de mon travail est lié au haut de gamme. Les dépenses sont très conséquentes. L'artisanat d'art est accessible malgré cela. Je suis à mon compte depuis trois ans. J'essaie de me développer et de me faire connaître auprès des pays frontaliers. J'aimerais me diversifier au maximum »

Quels sont vos soucis en tant qu'artisan ?

« Le plus gros inconvénient est l'irrégularité. C'est très mal payé, car le savoir-faire est délocalisé et la sécurité de l'emploi inexistante. La couverture sociale est très chère pour les indépendants. En un mot pour résumer : précarité. Il n'y a pas assez de budget pour la culture. »

Quelles sont les joies du métier ?

« Il faut de la rigueur et de la minutie. Il faut être auto-exigeant. Les broderies doivent être impeccables. C'est un travail spécifique et délicat. J'aimerais pouvoir vivre de cela. Le made in France est de plus en plus recherché et reconnu. La culture de l'esthétisme, du travail artisanal est appréciée à sa juste valeur. C'est un travail qui me gratifie, mais j'ai plusieurs cordes à mon arc, je suis polyvalente et prête à me reconvertir. Je suis un peu caméléon »

Travaillez-vous en musique ?

« C'est primordial la musique, j'en écoute l'après-midi en fonction des broderies créées, ça me donne des idées. Pour un tatouage, c'est hardcore metal, ou Mozart pour un thème floral. »

Quels sont vos ressentis sur Longwy et son accueil ?

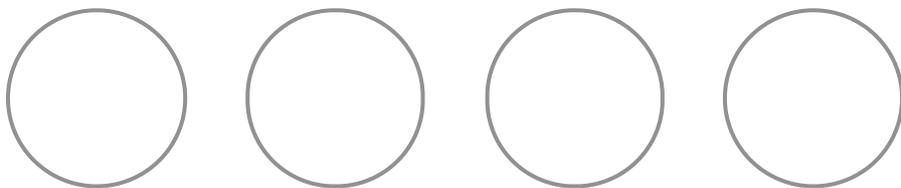
« J'aimerais mettre l'accent sur la générosité de la personne qui m'accueille, elle comprend les problématiques du métier. Je suis ravie de vivre ici et d'y travailler. Ça met de l'animation, mon métier est vu et en lien avec ce commerce. Je suis animée par cette passion. »

Mondial Tissus ouvre sa première boutique parisienne

Par Marine Jacquet
Mis à jour le 28/04/2021 à 16:45



Partager



Enseigne bien connue de tous les amoureux de couture, Mondial Tissus renoue avec l'esprit de

quartier en ouvrant sa première boutique parisienne !

Amoureux de couture et de création en général, voilà une nouvelle adresse à ajouter à vos habitudes créatives ! Mondial Tissus , qui célèbre ses 40 ans cette année, ouvre sa première boutique Parisienne. On vous en dit plus sur ce **nouvel espace créatif**, qui a ouvert ses portes le 24 mars au coeur 15ème arrondissement parisien.

Mondial Tissus renoue avec l'esprit mercerie de quartier



Si l'enseigne **Mondial Tissus** est bien connue et appréciée des créatifs c'est en partie grâce à sa présence partout en

France, pour le plus grand plaisir de sa clientèle régionale. Pour ses 40 ans, Mondial Tissus s'offre un nouvel écrin parisien et se rapproche ainsi de sa clientèle de centres villes en posant ses valises dans le quartier de Montparnasse, dans le 15ème arrondissement de la capitale. Une ouverture toute particulière puisqu'il s'agit du 100ème **point de vente Mondial Tissus !**

Situé rue du Commerce, ce nouvel espace de 320m², vous permettra de bénéficier du savoir-faire et des connaissances de 7 conseillers de vente, prêts à vous accompagner dans vos futures aventures créatives.

**Une nouvelle adresse
créative et conviviale**



Cette **nouvelle boutique parisienne** vous proposera un large choix de tissus et de produits de mercerie qui vous permettront

de donner vie à la garde robe de vos rêves mais aussi d'élaborer des projets déco uniques, à votre image. Pour les frileux de la machine à coudre, direction l'espace confection sur-mesure pour réaliser vos projets de décoration d'intérieurs. Cerise sur le gâteau, ce **nouveau magasin Mondial Tissus** est doté d'un espace **atelier créatif** où vous pourrez venir apprendre de nouvelles techniques ou vous perfectionner. Accessibles à partir de 7 ans, ces **ateliers DIY** pourront, par exemple, vous permettre d'apprendre à coudre des produits lavables pour vous lancer dans le zéro déchet, ou encore à **upcycler les vêtements que vous n'utilisez plus**. Une belle occasion de s'offrir un moment convivial et créatif !

Vidéo du jour :

Nos coups de coeur Mondial Tissus

L'un des **points forts de Mondial Tissus** ?
Nous accompagner dans nos démarches pour se rapprocher d'une **mode durable et responsable**. Vous aurez donc la possibilité de trouver des tissus recyclés, certifiés Oeko-tex ou encore Made in France pour mener à bien vos projets mode, la création d'**accessoires zéro déchets** ou encore vos idées créatives déco.

Des tissus origine France :

Tissu chambray bio pois vert

Tissu crêpe de coton bio noir

Tissu satin de coton rose

Tissu lin uni rose pétale

Tissu anti-bactérien en coton bio blanc

Plus de tissus origine France

Des tissus certifiés Oeko-tex :

Tissu gaze de coton petal mustard -
Atelier Brunette

Tissu sergé de viscose carreaux
terracotta lurex cuivré - Eglantine et
Zoé

Tissu popeline coton animaux fleurs

Tissu double gaze rayures lurex bleu
gris

Tissu molleton sweat french terry
extensible rose nude
Plus de tissus certifiés Oeko-tex

Des tissus recyclés :

Tissu satin recyclé roses de nuit
Tissu oxford pour chemise
imperméable recyclé floral
Tissu PUL pour couches lavables
dinosaures multicolores
Tissu jersey lourd recyclé pour maillot
de bain Dark Jungle
Tissu molleton sweat coton bio et
recyclé bleu
Tissu sportswear polyester recyclé
respirant blanc
Plus de tissus recyclés

Nous avons testé Atelier Madeleine, les accessoires coiffure, mode, lingerie et beauté !

Publié le 20/04/2021 09:00:00 • Modifié le 20/04/2021 09:00:00 par  [Ophélie](#) - vu 110 fois.

Créée en **2015**, la marque [Atelier Madeleine](#) a révolutionné à sa sortie le **made in France**, très peu commun encore cette année-là. **L'objectif ? Créer des accessoires tendances et fabriqués artisanalement en France. Chaque modèle est confectionné avec amour dans l'atelier Parisien de la marque. Accessoires mode, lingerie, coiffure ou encore beauté zéro déchet y sont conçus, pour votre plus grand plaisir.**

Manon, la créatrice de la marque, a toujours été passionnée de couture. **Autodidacte**, elle accumulera les créations jusqu'à la création de son projet : **Atelier Madeleine**. En parallèle de ses études, Manon propose d'abord ses créations sur la plateforme **Etsy** puis décide de fonder sa **boutique en ligne ateliermadeleine.com** pour partager ses créations au plus grand nombre.

Grâce à Atelier Madeleine, bénéficiez d'une **offre EXCLUSIVE de – 15% sur l'ensemble du site www.ateliermadeleine.com** avec le **code SITEDESMARQUES15 !**

Ce que nous en avons pensé

En partenariat avec [Atelier Madeleine](#), nous avons reçu deux chouchous de la nouvelle collection seersucker : le [modèle vichy vert](#) et le [modèle rayé jaune](#).

Pouvant être porté en **queue de cheval, sur un half bun, sur un chignon haut, sur une demi-queue, sur une tresse, sur un chignon bas ou encore en bracelet**, les chouchous sont la grande tendance de cette saison. Et personnellement, je ne m'en passe plus !

Que ce soit pour sortir, ou pour rester à la maison, les chouchous sont mes nouveaux alliés.

Le modèle vichy vert est mon favori, surtout de par son graphisme vichy qui est l'un de mes motifs préférés du moment. Que je sois habillée tout en noir ou tout en bleu, le chouchou permettra de dénoter ma tenue en y ajoutant une touche de couleur, une touche de peps et de gaieté.

Le modèle jaune rayé est parfait pour les jours ensoleillés. Celui-ci donne également une bonne touche de couleur à votre look. Il est plus doux que le vert, mais s'accordera parfaitement avec des looks nus par exemple.

Ayant les **cheveux mi-longs**, j'utilise principalement les chouchous en half bun. Quel bonheur de ne plus avoir les cheveux dans les yeux ! Je revis, merci.

Les **deux modèles sont 100% coton**. Une **petite plaque dorée** avec le nom de la marque inscrit dessus orne votre chouchou, lui apportant une dimension qualitative.

Ils sont **très légers et les finitions sont parfaites**. Le prix de **chaque chouchou à l'unité** s'élève à **10€**. De quoi être tendance, coloré, et ce à prix très abordables.

Tentez de remporter deux chouchous en seersucker de votre choix !

Pour participer, rien de plus simple ! Il vous suffit de vous rendre sur notre compte Instagram [@sitedesmarques_officiel](#) et de vous rendre sous le post en partenariat avec [@ateliermadeleinefr](#). **Toutes les conditions de participation y seront indiquées**. Bonne chance à tous !

Où retrouver Atelier Madeleine ?

Vous pouvez retrouver Atelier Madeleine sur leur [site internet](#) mais également sur les réseaux sociaux tels que [Instagram](#), [Facebook](#) et [Pinterest](#).

Rencontre avec Marion Louisa, à l'initiative d'un tour de France des savoir-faire



Mona Dortindeguy

16 avril 2021



Marion Louisa est une créative dans l'âme avec une passion communicative du vêtement et de la mode. Elle est attachée à rapprocher la création à la transmission et au partage. Marion s'est appropriée le média vidéo à merveille pour partir faire un tour de France des savoir-faire précieux qui perdurent et partager sa passion. Elle a pour futur projet de lancer sa marque de patron de couture.

Quel a été ton parcours ?

J'ai commencé par un bac économie et social, puis à l'université en économie-gestion, qui était un cursus complexe. Je pensais que la créativité ne s'apprend pas forcément à l'école, mais que les comptes de rentabilité ne pouvaient s'apprendre autrement que par un cursus dédié. Je me

suis orientée vers la mode qui pouvait croiser à la fois l'aspect artistique et le commerce. Je suis ensuite allée à l'IAE Management International en 3e année qui m'a permis d'aller en Erasmus en Suède, j'en garde une très belle expérience.

J'ai poursuivi en master dans ce secteur en suivant, pendant l'été, un cours Esmod en stylisme – modélisme et ai voulu viser l'IFM. J'avais créé un blog sur la mode éthique pour y rentrer et j'ai continué sur un master en marketing digital. Cela m'a permis d'avoir des expériences professionnelles chez Chanel et au Printemps en tant qu'assistante chef de produits sur les chapeaux et les textiles.



Pendant le premier confinement tu as pris un nouveau tournant ?

Oui, j'ai pris le temps de savoir ce que je ferai plus tard s'il n'y avait aucune contrainte. Je me suis remise à coudre et j'avais un projet personnel avec le master, de développer mon blog et mon Instagram, j'ai vraiment pris ce projet à cœur. Je me suis mise à faire des vidéos qui permettent d'amener un réel univers, plus que sur Instagram où l'ensemble est plus figé. Je n'avais pas conscience du travail que c'était, c'est très prenant, et j'ai vraiment aimé découvrir tout cela.

D'où te vient cette attirance pour la mode et le vêtement ?

J'ai une grand-mère qui est très coquette et qui a fait beaucoup de ses vêtements que je lui pique régulièrement. L'intérêt pour la mode est que j'aime l'art et le beau en général. Le problème de l'art, c'est que c'est bien souvent présent dans les musées mais cet esthétisme touche une minorité de personnes. La mode touche plus de personnes, et permet de faire entrer la création dans la vie de tous. J'aime aussi l'aspect sociologique du vêtement.

Tu as démarré des vidéos de tutos couture, d'où te viennent ces inspirations ?

J'ai toujours été nourrie de beaucoup d'images ce qui m'amenaient à aimer des pièces que je ne trouvais pas en boutiques, où ce que j'aime est trop onéreux, ce qui est un souci pour un budget

d'étudiante. Je me suis rendue compte qu'en cousant, nous pouvions réaliser de très belles pièces dans de belles matières et connaître la provenance des matières premières, ce qui m'importe. J'ai pris conscience que je pouvais m'habiller sans faire de mal à personne, ce qui est compliqué avec les grandes marques répandues. On incarne aussi différemment le vêtement lorsque nous avons créé la pièce.

Tu as eu l'idée de faire un tour de France des savoir-faire il y a 6 mois, peux-tu nous parler de la venue de ce projet et sa réalisation ?

J'avais travaillé dans la mode sans vraiment savoir comment été créé les collections. Nous sommes une génération peu connaisseuse des étapes de création des vêtements. Je pensais m'orienter en merchandising, ce sont ceux qui analysent les chiffres des collections précédentes pour celles à venir.

À la fin de mon alternance, je me suis dit que j'allais faire un tour de France des savoir-faire. Ma manager de l'époque que j'admire beaucoup, m'a poussée, ainsi que mes proches, à aller au bout de ce projet. Ayant une période devant moi, j'avais envie de développer les vidéos, ne pas rester enfermée chez moi et porter un projet ayant du sens. Il a fallu un temps d'adaptation pour coordonner les réseaux sociaux, les voyages, les rencontres et les montages vidéos. La situation actuelle m'a permis de réfléchir et d'étaler les tournages afin de mieux m'organiser. La création des explications et le montage prennent environ une semaine de travail. Je me suis concentrée sur les savoir-faire au début, et j'aimerais me pencher sur la mode du futur et les nouvelles initiatives. Ma dernière rencontre a été avec **Maison Cléo à Lille** pour initier ce nouveau format.

Comment as-tu trouvé ces ateliers de création ?

J'ai au départ lancé un crowdfunding pour présenter mon projet et l'ai partagé sur LinkedIn en premier lieu. Ça a fait l'effet d'un buzz et beaucoup de structures m'ont contactée. J'ai ensuite recentré sur les lieux qui m'intéressaient réellement, car je ne suis pas payée pour faire découvrir ces ateliers. Je les ai trouvés ensuite en faisant des recherches sur les spécificités de chaque région, comme **la Normandie avec la dentelle**. C'est à chaque fois de nouveaux univers et des rencontres inspirantes.

> Lien des vidéos du tour de France des savoir-faire.

Qu'est-ce que cela apprend de monter un projet comme celui que tu portes ?

Ça apprend beaucoup de choses ! Je me suis lancée sur Youtube sans avoir trop de repères car il s'agit d'un sujet non exploité auparavant. Il a fallut faire preuve de créativité et que j'apprenne quel était mon rythme de travail. Je tenais à avoir des horaires "de bureaux" pour avoir l'impression d'avancer, mais ce n'est pas forcément la meilleure option. Quand on gère toutes les facettes toute seule, il faut se faire confiance. J'aime partager et échanger des idées, cela m'a permis de me rapprocher de personnes ayant les mêmes intérêts que moi, ce qui était peu le cas dans mon entourage, au niveau créatif.



© Marion Louisa

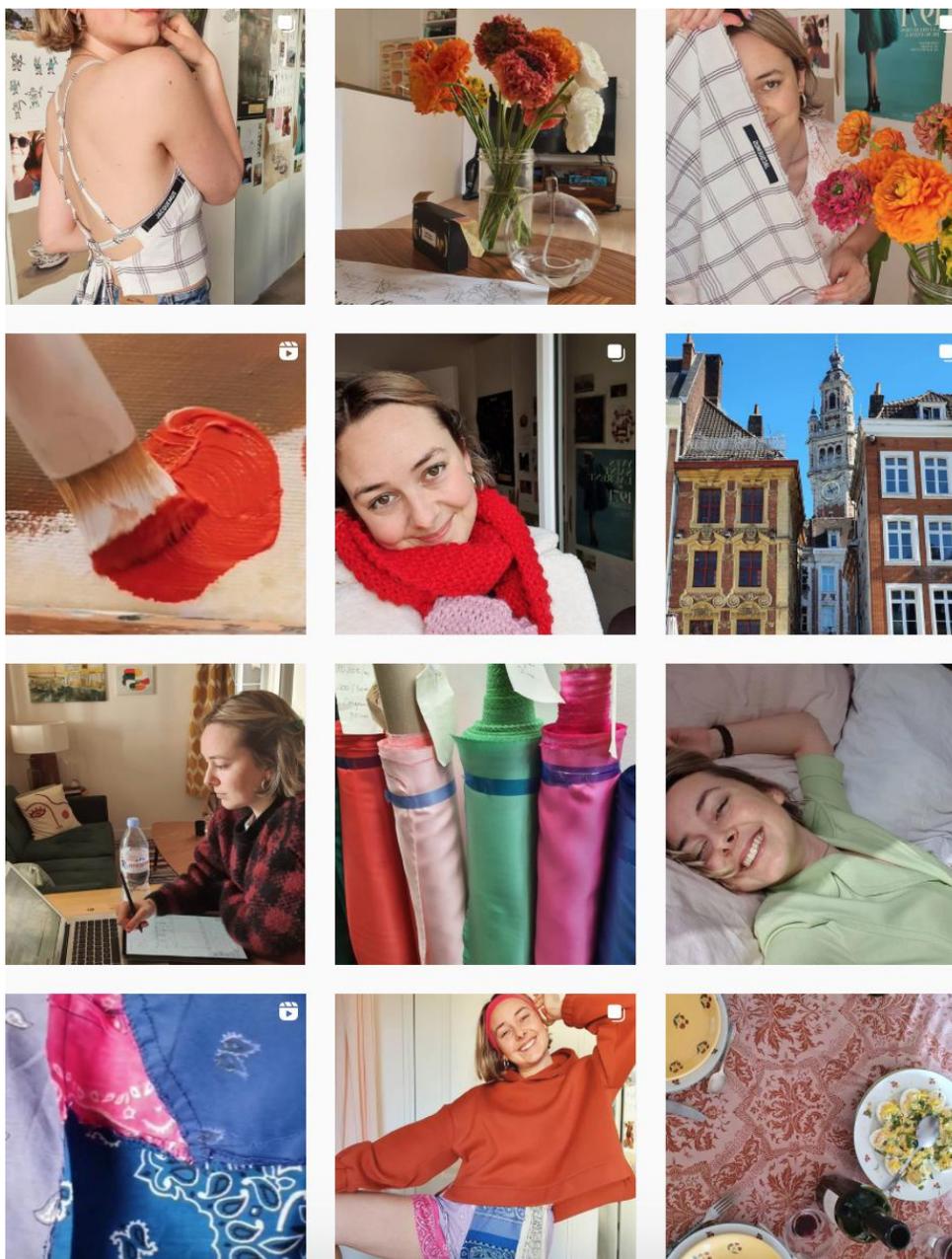
En quoi le "Made in France" est important pour toi ?

Je ne dirais pas que c'est le "Made in France" qui est indispensable pour moi mais de produire plus localement. Avant de réaliser **la vidéo sur les pulls**, j'avais rencontré **Laine Paysanne**, qui

est basée près de la frontière espagnole et qui disait avoir des matières premières venant d'Espagne, ce qui bloquait certaines marques à venir à eux, pour produire exclusivement en France. Ce projet c'était avant tout d'aller découvrir les richesses et l'artisanat en France. Cela m'a permis d'explorer des endroits encore inconnus pour moi et me permet de partager du contenu aussi sur les bons plans et bonnes adresses à découvrir. Notre territoire regorge d'endroits merveilleux, n'oublions pas que de très nombreuses personnes viennent visiter notre pays, c'est qu'il y a bien des raisons !

Y-a-t-il des modèles avec qui tu te construis ?

Il y a des femmes entrepreneuses qui m'inspirent beaucoup comme **Lisa Gachet** avec **Make My Lemonade**, son interview pour le podcast **Entreprendre dans la mode** était très inspirant. J'écoute souvent des podcasts, ça m'a permis de découvrir **Peggy Frey**, journaliste, que j'adore et dont j'admire le parcours. Je conseille un livre, *GirlBoss* de Sophia Amoruso, une série Netflix raconte son histoire, que je recommande aussi. **Clara Victoria** est aussi une grande inspiration, depuis que je crée des vidéos, j'admire encore plus son esthétique et son travail. **Léna Situations** a aussi une qualité de montage impressionnante et une force de travail remarquable.



Pour les personnes qui te découvrirait, et qui veulent effectuer des achats plus responsables sur le plan écologique avec néanmoins une contrainte budgétaire, comment fait-on ?

Pour ma part, je n'ai pas eu de moment où ça a réellement commencé. **Juliet Bonhomme** ou **Rosa Bonheur**, aussi créatrices de contenus vidéos, disent qu'elles étaient accro au shopping, ça n'était pas mon cas. Je réfléchissais à ce que j'achetais, j'allais déjà chez Emmaüs étant étudiante, car ma mère y allait pour trouver des meubles et aménager notre maison. Le piège pourrait être de passer d'accro de fast fashion à accro à Vinted par exemple.

Ca dépend alors de ses revenus, on va trouver plus facile d'aller dans une friperie ordonnée au départ que d'aller dans un **Emmaüs** très fournit où il faut fouiller et y passer du temps. Sur Paris,

pour commencer, je conseille le dépôt-vente **La Frange à l'envers**, tout est classé par taille, ça reste accessible et il y a de belles pièces. Je me tourne maintenant plus vers les dépôts-vente avec des pièces plus choisies, de meilleures qualités. Enfin, coudre ses pièces est vraiment satisfaisant ! Si vous voulez découvrir le tour des Emmaüs de Paris, le voici.

Quelles sont tes découvertes récentes ?

J'ai eu le grand plaisir d'arpenter le Marché St-Pierre, temple des tissus à Paris. Quelle merveille ! Le **CENTQUATRE-PARIS** est aussi un lieu superbe dans le 19e que j'ai découvert récemment juste à côté de l'immense Emmaüs Riquet.

As-tu un mantra ?

Il y a en effet une phrase qui me guide dans ma façon de m'organiser, c'est que la discipline libère. Quand on travaille seule il est nécessaire de se donner un cadre. Au début de ce projet, je me suis mise au sport, au yoga, à la méditation pour me sentir mieux, des efforts qui au début me pesaient, mais une fois installés dans sa vie, apportent beaucoup de bien et de positif.

Pour découvrir les vidéos de Marion Louisa : <https://www.youtube.com/channel/UCI rz4Ej6-04UGeYKfp7P89g>

Son Instagram : https://www.instagram.com/_marionlouisa_/

Son blog : <https://www.thelook.fr/>

Propos recueillis par Mona Dortindeguy

Elle > Déco > Reportages > Pros de la déco

Sarah Espeute : « La broderie est un loisir accessible au plus grand monde »

Publié le 1 avril 2021 à 15h26



Basée à Marseille, Sarah Espeute est l'une des grandes ambassadrices du retour en grâce de la broderie. © Le Tanneur

🔖 SAUVEGARDER

La créatrice marseillaise collabore avec Le Tanneur et signe une nappe brodée, disponible sur le site de la

marque. Rencontre une passionnée d'arts en général et de broderie en particulier.

C'est l'histoire d'une rencontre. Entre Le Tanneur, maison spécialisée dans le cuir, et Sarah Espeute, jeune créatrice marseillaise. Pour la marque, cette adepte de la broderie a réalisé une nappe en lin ancien. Avec cette collaboration, c'est tout un savoir-faire qui est mis en avant. Tous les bénéfices sont reversés à Sarah Espeute. Un bon moyen pour Le Tanneur de montrer son soutien à l'artisanat français.

ELLE. Comment présenterez-vous votre approche de la broderie ?

Sarah Espeute : Je fais beaucoup de broderie mais je tiens à ce que l'on me considère comme une artiste designer et non pas comme une brodeuse. À l'origine, j'ai fait du graphisme mais j'ai souhaité m'orienter vers d'autres domaines d'activités comme la peinture. Ce fut un vrai coup de cœur ! Mon approche de la broderie (et du design, de manière générale) est assez simple. Selon moi, la décoration doit s'inspirer de l'art. Je me nourris de mes références, notamment picturales, pour proposer des objets qui vont nous accompagner au quotidien.

À lire > [Scène inédite : un appartement parisien dédié à l'art](#)

ELLE. Comment est née votre collaboration avec Le Tanneur ?

SR : Une connaissance a pensé à moi pour imaginer une nappe lors d'un de leurs shootings. J'ai été retenu et il s'est trouvé que la marque a aimé mon travail. Ils ont été convaincus par ce que je proposais et ont donc voulu faire un bout de chemin avec moi. Finalement, ma collaboration avec eux n'était pas prévu au départ mais ça s'est fait comme ça, par un concours de circonstances (*pires*).

« Ma mère achetait ses cartables chez Le Tanneur »

ELLE. Aviez-vous des souvenirs particuliers de cette marque avant de travailler avec elle ?

SR : Oui, des images assez anciennes. Je me souviens de ma mère qui achetait ses cartables dans leurs boutiques. Je dirais que ce sont des souvenirs à la fois proches et loin de moi. Parce qu'en travaillant avec eux, je me suis rendu compte que je ne connaissais pas cette enseigne aussi bien que je le pensais.

ELLE. À travers votre association avec l'enseigne française, c'est finalement tout un savoir-faire artisanal qui est mis en avant...

SR : Absolument. On valorise un savoir-faire national. De prime abord, je n'en étais pas forcément consciente même si, effectivement, c'était clairement l'enjeu de départ. De manière plus large, j'aime proposer des choses autour de la création. C'est vraiment le cœur de mon métier.



La nappe brodée de Sarah Espeute est fabriquée en lin ancien. © Le Tanneur

ELLE. Il y a cette surprise de voir une maison comme Le Tanneur, spécialisée dans le cuir, proposer une nappe brodée...

SR : C'est une marque qui souhaitait s'ouvrir à d'autres domaines de création. Sortir de l'industrie du cuir stricto sensu. Le Tanneur est une enseigne surprenante, qui a à cœur de ne pas se réduire à de la maroquinerie. Il y a un vrai travail de prospection, afin de venir chercher des créateurs qui, comme moi, n'étaient pas forcément liés à l'univers du cuir au départ.

ELLE. Quid de la question du Made in France ?

SR : Le Tanneur valorise des modèles avec des artisans locaux. C'est l'une des règles essentielles de leur travail. Sensibiliser leurs acheteurs à la question du **Made in France** est une de leurs priorités. Alors oui, c'est un fait, lorsque l'on fabrique un produit dans l'hexagone, forcément il coûte un certain prix. Ma nappe est à 280 euros mais je pense que c'est un tarif cohérent. Il faut prendre en compte le cas des matières premières comme ici le lin et le coton, le travail de redimensionnement puis l'étape décisive de la broderie. C'est un travail fascinant mais qui demande néanmoins énormément de temps et d'énergie.

ELLE. Cette collaboration permet également de faire un focus sur la broderie, qui connaît un véritable retour en grâce...

SR : Effectivement, comme c'est le cas avec la mode, les travaux manuels sont le récit d'un éternel recommencement (*rites*) ! Jusqu'à présent, la broderie avait cette image assez désuète, qui semblait se borner uniquement aux loisirs créatifs. Ces derniers mois, la pratique s'est considérablement élargie et de plus en plus d'artistes y ont recours dans leurs œuvres. C'est un loisir qui s'est démocratisé et qui participe à ce désir d'authenticité que les gens recherchent de plus en plus.

« Même les personnes impatientes peuvent être passionnées de broderie ! »

ELLE. Comment peut-on expliquer un tel phénomène autour de la broderie, qui génère notamment une vraie passion sur Instagram ?

SR : La broderie est **un loisir accessible au plus grand monde** et qui a le mérite d'être assez peu onéreux. Alors bien sûr, ceux qui sont déjà à l'aise avec une aiguille sont avantagés. Mais pour les novices, il ne faut pas avoir peur de se lancer. Il faut juste se poser la question du trait et du point. Après cela, la broderie vous tend les bras !

ELLE. Avez-vous des conseils pour ceux qui souhaiteraient se lancer dans la broderie ?

SR : Je leur dirais de ne surtout pas avoir d'appréhensions. On pourrait se dire que c'est impressionnant mais ce n'est pas le cas. Pour le reste, c'est comme pour les autres activités. Il faut prendre conscience de son niveau et ne pas partir d'emblée sur des choses trop compliquées. Dites-vous que votre réussite en broderie va dépendre de la manière dont vous allez apprivoiser la pratique. Et si vous êtes impatients, ne vous faites pas de soucis. C'est mon principal défaut et cela ne m'empêche pas d'adorer la broderie (*rires*) !

ELLE. Quels sont vos projets ?

SR : Je vais refaire mon site internet et travailler au lancement d'une collection de produits. Cela va concerner des nappes mais aussi des sets et chemins de tables. Outre la broderie, j'ai également une exposition de mes peintures et de mon travail en tant que designer de petit mobilier qui aura lieu en septembre, à Rome. J'essaie de pas m'enfermer et d'être assez polyvalente.

Nappe en lin brodée de Sarah Espeute pour Maison Le Tanneur (280€), à retrouver sur www.letanneur.com

UDIREV lance deux collections de tapis sur mesure

Publié par  [Marie Laurence Cattoire](#)



16/04/2021 12:19 - la dernière mise à jour 16/04/2021 18:25



Le réseau spécialiste du sol propose Confort et Nature, deux nouvelles collections de tapis sur mesure

Le groupement de distributeurs de revêtements de sol Udirev propose des tapis coupés à la mesure du client bénéficiant de finitions haut de gamme. Réalisés dans un atelier dédié à Aulnay-sous-Bois, ces tapis Made in France sont confectionnés, au centimètre fini, par une équipe de huit couturiers chevronnés. Ce savoir-faire artisanal, qui n'a cessé de s'enrichir au fil des ans, séduit par l'élégance et la qualité de ses finitions, par ses prix doux et par ses délais de livraison très courts (délai moyen de 10 jours).

Pour le lancement de ses deux nouvelles collections, Confort et Nature, Udirev a conçu des valises de présentation inspirantes pour ses clients et son réseau de distribution. 500 valises ont ainsi été fabriquées. Elles ont nécessité la confection par les couturiers de l'atelier de plus de 7 000 échantillons avec finitions !



Des finitions « haute couture »

Le service de tapis à vos mesures d'Udirev se caractérise par l'exigence de ses finitions élégantes et résistantes dans le temps : chacune est réalisée dans des teintes coordonnées aux tapis pour maintenir et consolider la trame de la fibre du tapis afin qu'il ne se déforme pas tout en offrant un rendu esthétique des plus élégants.

Udirev propose une très grande variété de finitions :

- le rembourrage est une technique consistant à replier le bord du tapis de façon régulière, comme un ourlet, et à l'encoller sur l'envers. La partie située sous le tapis est ensuite tondue afin de ne pas créer de surépaisseur. Cette finition permet d'arrêter les tapis à poils longs de manière parfaite tant d'un point de vue technique qu'esthétique.
- la ganse est une bande de tissu plus large que le galon (6 cm visibles de chaque côté). C'est une finition solide, élégante et coordonnée au tapis, idéale pour les tapis en fibres végétales car elle maintient parfaitement les fibres qui ont tendance à s'effiloche. Pour ces types de tapis, Udirev propose même une ganse Confort dont le molletonnage évite de voir apparaître les fibres à l'usage. En lin, coton, coton recyclé, simili cuir, polypropylène ou polyester, 67 coloris sont disponibles.
- le galon est une bande de tissu disposée au bord du tapis pour l'empêcher de s'effiloche mais aussi pour servir d'ornement. Le galon ne laisse apparaître qu'une bande visible de 1 cm de chaque côté. Il est donc discret et s'adapte notamment aux tapis d'aspect naturel et peu épais. Il existe aussi un galon large qui laisse apparaître une bande de 1,6 cm, plus solide et adapté aux tissés plats. Chez Udirev, 42 coloris de galon sont proposés.
- le surfilage désigne l'arrêt de l'effiloche des bords coupés par un fil nylon quasi invisible. C'est une finition de qualité, discrète et sans ajout de matière.
- le surjet est une technique de couture qui permet d'arrêter l'effiloche et de réaliser une couture plus nette et plus propre. Elle a l'avantage d'être très solide car les points de couture sont nombreux. Elle permet d'assortir la finition à la couleur du tapis ou au contraire de choisir une couleur différente. Udirev offre le choix entre 170 coloris de fils.



Un atelier dédié

Pour réaliser ces finitions, l'atelier de tapis à vos mesures Udirev est équipé d'un parc de machines ultra modernes parmi les plus performantes au monde. Parmi ces merveilles de technologie figurent 2 tables soufflantes pour manipuler les grandes dimensions, 2 machines Titan pour les finitions surjet et 2 machines Titan pour les finitions galon et ganse.

Elles permettent également à l'atelier de réaliser des tapis en fibres végétales sur mesure.

[Made in France] Le groupe Mulliez relocalise une partie de sa production de jeans dans le Nord

Pour lire l'intégralité de cet article, [testez gratuitement L'Usine Nouvelle - édition Abonné](#)

C'est fin 2021 à Neuville-en-Ferrain (Nord) que l'usine du groupe Mulliez devrait être opérationnelle. Elle va fabriquer des jeans pour les six enseignes textiles du groupe et vise une production de 410 000 jeans par an d'ici 2024.

Réservé aux abonnés

Nadia Daki

11 Mai 2021 \ 11h01

2 min. de lecture



Le Fashion Cube Denim permettra au groupe Mulliez de relocaliser une production de jeans à Neuville-en-Ferrain (Nord).



Le dernier numéro

Fashion Cube Denim, c'est le nom donné à ce projet de relocalisation industrielle portée par la galaxie Mulliez. Cette usine de 2 700 m² sera implantée à Neuville-en-Ferrain, dans le Nord et sera composée d'une ligne de production. Les premiers travaux devraient débuter en juin 2021 pour une livraison attendue au dernier trimestre 2021.

PARTENARIAT RÉDACTIONNEL

ACTIMAT, L'EXPERT DU TAPIS D'ENTRÉE PERSONNALISÉ

Par OpenMedias - Mis à jour le 14/05/2021 à 12:07

Publié le 13/05/2021 à 16:31



[Actimat]

Entreprise familiale, spécialisée essentiellement dans le tapis d'entrée personnalisé dédié à tous les professionnels. Depuis plusieurs années, Actimat étend sa gamme et propose des solutions respectueuses de l'environnement. Une gamme complète, éco-responsable qui répond à des besoins d'hygiène, de communication, de décoration et sécurité.

DES TAPIS PERSONNALISÉS DÉDIÉS AUX PROFESSIONNELS QUI SOUHAITENT PROMOUVOIR LEUR MARQUE

En 1997, M. Juguet Jean-François crée la société **Actimat** et se spécialise dans le tapis d'entrée personnalisé. L'entreprise bretonne se développe en France et en Europe, l'équipe s'agrandit avec la création d'un service design dédié.

En 2016, la direction d'Actimat change, l'entreprise reste familiale, puisqu'elle est transmise à Marie Ermenier, la fille unique du fondateur. La société fait peau neuve, l'identité visuelle évolue et de nouveaux objectifs sont lancés, afin de répondre à toutes les attentes.



Marie Ermenier

Marie Ermenier s'entoure d'une dizaine de personnes et en quelques années, l'entreprise réalise une augmentation du chiffre d'affaires de 60%.

98% de la clientèle est professionnelle, 3/4 des ventes sont dédiées à la vente de tapis d'entrée professionnel, tapis publicitaire et moquette personnalisée pour l'événementiel et de longue durée.

DÉVELOPPEMENT D'UNE GAMME ÉCORESPONSABLE

Depuis 3 ans, Actimat s'engage dans une démarche écoresponsable. Cette approche se traduit dans l'activité au quotidien en interne, dans le choix des produits et des fournisseurs. Afin de limiter au maximum l'empreinte carbone, les trajets sont limités, tout est centralisé à Rennes. Les équipes se déplacent rarement, (uniquement lorsque la demande l'exige). Depuis quelques semaines, l'entreprise spécialisée dans le tapis d'entrée personnalisé est labellisée **entreprise éco-responsable de Bretagne**.

Une partie de la gamme Actimat est réalisée avec des matériaux recyclés et recyclables. Certains des fournisseurs ont développé une technologie qui permet de composer la fibre avec 100% de bouteilles recyclées et la semelle en caoutchouc du tapis est composé à 6% de pneu recyclé, « *dans tous les cas, nous faisons en sorte de proposer une gamme de produits durables et non jetables* », nous affirme Marie Ermenier.





LA TECHNIQUE D'IMPRESSION HAUTE-DÉFINITION

Le produit phare de l'enseigne est le tapis d'entrée personnalisé avec le logo d'une entreprise, hôtel, restaurant ou d'un événement. En plus d'être personnalisé, il a pour but de respecter l'hygiène dans le lieu de passage, de retenir les salissures et l'humidité des chaussures. Depuis, la gamme de tapis d'entrée personnalisé s'est étendue et propose des produits conçus à partir de matériaux recyclés. La moquette personnalisable s'est également développée, sur laquelle les entreprises inscrivent leur logo, leurs messages personnalisés et même dessinent en fonction de leur décoration.

L'impression haute-définition est une technique qui offre un large choix de personnalisation. Le trompe-l'œil est un exemple de création. *« Si une société souhaite créer un sol plage dans la salle de pause-café, Actimat est capable de le proposer. Nous n'avons pas de limite. Cette technique est basée sur l'impression directe en Chromojet, au cœur de la fibre »*, nous explique Marie Ermenier.

DES CLIENTS SATISFAITS, LE REFLET D'UN SERVICE DE QUALITÉ

Depuis sa création, Actimat s'adresse à tous les professionnels, quel que soit leur métier. Il peut s'agir de bureaux, hôtels, commerçants, TPE/PME, artisans, restaurants et campings, *« en somme, toutes les entreprises qui reçoivent du public ou non et qui se soucient de leur image et de la sécurité de leurs visiteurs ont besoin d'un tapis d'entrée personnalisé et de qualité professionnelle »* nous confie Marie Ermenier.

L'entreprise collabore avec de grandes structures, comme Le Fouquet's Paris, Jeanneau, La Vie Claire, Sport 2000, Château d'Ax, pour ne citer qu'eux.



DES NOUVEAUTÉS MADE IN FRANCE

Les dalles de moquette personnalisables fabriquées en France, sont la nouveauté de cette année 2021. C'est un produit sans limites de création visuelle, facile à poser, avec une impression haute-définition, qui ouvre le

champ des possibles en termes de création, avec tous les avantages de la moquette : isolation phonique, thermique et modulable.

Actimat souhaite s'ouvrir aux particuliers et proposer à l'avenir des produits d'entretien biologiques. Pour Marie Ermenier et son équipe, ce qui est le plus important est de consolider les bases actuelles de sa belle entreprise tout en garantissant la satisfaction client.

ECONOMIEENTREPRISES

COMMENT LE GROUPE CHARGEURS EST DEVENU LE CHAMPION FRANÇAIS DE LA PRODUCTION DE MASQUES

Paul Louis Le 02/05/2021 à 13:30 | MAJ le 04/05/2021 à 9:04

Spécialisé dans les textiles techniques, le groupe Chargeurs a pris part à l'effort de guerre dès le début de l'épidémie de Covid-19. En quelques semaines, il est parvenu à produire des millions de masques sous sa marque Lainière Santé. Une nouvelle activité qui se poursuit encore aujourd'hui.

Jamais le **groupe Chargeurs** n'aura connu pareille mobilisation en un siècle et demi d'existence. Dès le début de la crise sanitaire, le spécialiste français des textiles techniques s'est porté volontaire pour contribuer à l'effort national en produisant en quantités industrielles du gel hydroalcoolique, via sa branche Chargeurs Protective Films, mais également des masques sous sa marque Lainière Santé lancée pour l'occasion.

Directeur général de la filiale experte en solutions techniques dédiées à la santé, Denis Noharet revient pour BFM Business sur cette aventure inédite qui marquera à n'en pas douter l'histoire du groupe.

Retour au début du mois de février 2020. A l'époque, le Covid-19 ne s'est pas encore propagé en Europe bien que le Vieux continent regarde avec inquiétude l'évolution de l'épidémie dans le monde. Et certains se préparent déjà au pire: "Nous sommes une entreprise avec des implantations internationales; on avait des informations relativement tôt en provenance d'Asie où nos équipes locales nous disaient que les usines fermaient progressivement, que tout devenait compliqué. On a pu sentir qu'on se dirigeait vers un problème", se rappelle Denis Noharet.

Mobilisation

En contact avec des organismes publics comme Santé Publique France qui s'active en coulisse pour trouver des masques de protection, Chargeurs comprend que la France s'expose au risque de pénurie. Des groupes de travail sont dès lors mis en place au sein de l'entreprise pour réfléchir aux solutions qui permettraient de participer à la mobilisation et, par la même occasion, d'anticiper une probable baisse des commandes dans le cas où l'épidémie deviendrait incontrôlable.

C'est alors que le PDG, Michaël Fribourg, suggère au cours d'une réunion de s'engager dans la production de masques à grande échelle. "On a été surpris", reconnaît Denis Noharet, plutôt habitué à voir ses équipes mettre leur savoir-faire au profit de techniques à la pointe de l'innovation, notamment pour le compte de grandes marques de luxe. Peut-être le dirigeant du groupe Chargeurs a-t-il été inspiré ce jour-là par la cheffe du pôle Recherche et Développement, laquelle, traînant un mauvais rhume, s'est présentée auprès de ses collègues avec un masque confectionné par ses propres soins.

Quoi qu'il en soit, les équipes de R&D sont sollicitées dans la foulée pour concevoir un masque aux capacités de filtration répondant aux normes en vigueur. Tricotage, enduction... Différentes techniques, dont certaines particulièrement sophistiquées, sont utilisées avant que ne soient mis au point les premiers textiles au début du mois de mars. Peu après, le masque Lainière Santé passera une trentaine d'essais jusqu'à atteindre 85% d'efficacité. Quelques efforts supplémentaires permettront par la suite la conception d'un masque capable de filtrer plus de 99% des particules.

Polyvalence

Passée l'étape de conception, le groupe Chargeurs a déployé ses nouvelles lignes de production, en particulier sur son site "La Lainière de Picardie", près de Péronne, où l'usine qui emploie 200 personnes a tourné à plein régime, week-ends compris, tout comme sa petite sœur basée en Alsace.

Dans le même temps, l'épidémie de Covid-19 a déferlé sur l'Europe, les pays se confinant tour à tour. Sans surprise, les commandes traditionnelles de Chargeurs chutent, ce qui permet de concentrer les forces sur la production de masques.

"Nous sommes dans une entreprise où il y a beaucoup de polyvalence. (...) L'industrie textile est une industrie qui a dû apprendre la flexibilité, la polyvalence à ses opérateurs, qu'ils soient ouvriers, cadres ou agents de maîtrise. Et on a la chance d'avoir des collaborateurs qui sont ouverts et enclins à se former. C'est ce qui nous a permis de maintenir l'emploi", souligne Denis Noharet.

Et pour mettre toutes les chances de son côté et relever le défi qu'elle s'est lancée, l'entreprise a fait appel au savoir-faire (laboratoire, recherche, métrologie...) d'autres sociétés. Plus tard, elle investira dans une ligne de production de meltblown, ce matériau essentiel pour assurer la filtration des masques. Au total, le groupe aura investi près de 10 millions d'euros pour déployer sa production.

Pont aérien

Au plus fort de la crise, des collaborations se sont nouées entre différentes entreprises engagées dans l'effort de guerre. "On a commencé à travailler avec des groupes comme Lacoste. (...) C'est tout le tissu industriel français qui s'est mobilisé", se félicite Denis Noharet.

A la mi-mars, Lainière Santé sollicite les ateliers de ses confectionneurs partenaires situés en Roumanie, en Bulgarie et au Portugal pour monter en cadence face aux besoins croissants partout en Europe. "Au début, ils nous ont un peu pris pour des fous

et puis, finalement, ils se sont pris au jeu", se souvient encore le patron de la filiale du groupe Chargeurs.

De quelques milliers début mars, ses capacités de production hebdomadaires se sont envolées à près de 10 millions de masques en à peine 5 semaines. Et pour les livrer à temps, le groupe est allé jusqu'à mettre en place un pont aérien d'une capacité de plus de 50 Boeing 747, avec des vols quotidiens pour acheminer vers les ateliers situés à l'étranger les différents matériaux (tissu, barrettes, élastiques...), puis rapatrier les produits finis.

"C'était assez compliqué. On a tout eu: les camions bloqués aux frontières, le pilote qui ne peut pas atterrir à Roissy à cause du temps. (...) Mais je garde un souvenir assez émerveillé et vraiment respectueux de cette époque et de toutes les équipes parce que, des conducteurs de machines aux personnes qui viennent récupérer les déchets de fibres, tout le monde était là tous les jours, samedis et dimanches compris. Ils ont été extraordinaires", témoigne Denis Noharet.

La division santé de Chargeurs "a vocation à perdurer"

Après avoir contribué à l'approvisionnement de grandes entreprises françaises, voire même de Santé publique France, Lainière Santé a lancé son site de e-commerce en avril 2020. Sur l'ensemble de l'année, la nouvelle division santé du groupe, Chargeurs Healthcare Solutions, a réalisé un chiffre d'affaires de 300 millions d'euros, essentiellement grâce à sa marque phare Lainière Santé.

Aujourd'hui, **Chargeurs Healthcare Solutions** produit des masques intégrant trois brevets avec des modèles de toutes sortes (chirurgicaux, FFP2, tissu...) à destination des enfants, des entreprises, voire des sportifs... Et elle ne compte pas s'arrêter de sitôt: "Chargeurs Healthcare Solutions et sa marque Lainière Santé ont vocation à perdurer", assure Denis Noharet. Car il n'en doute pas, l'épidémie de Covid-19 va conduire les Occidentaux à se montrer plus vigilants sur le plan sanitaire, à l'image des Japonais ou des Coréens.

Sur ce marché envahi par les masques made in China vendus quelques centimes l'unité, Lainière Santé entend toutefois miser sur l'innovation, avec un positionnement très clair: "On n'a pas vocation à aller équiper tous les hôpitaux en masques jetables. En revanche, je pense qu'on peut apporter un produit de qualité supérieure, respectueux de l'environnement, ainsi qu'un service autour de ce produit qui va passer par des solutions de collecte, de recyclage, de revalorisation. On offre également un service de

customisation pour avoir un produit aux couleurs de votre entreprise, de clubs de foot tout en ayant un très haut niveau de protection", détaille Denis Noharet.

Son souhait pour l'avenir?

"Que la sphère européenne qui a beaucoup invité à investir et à parvenir à une forme d'autonomie sur les masques puisse venir en retour avec des commandes, parce qu'aujourd'hui on se rend compte que les grands marchés historiques d'importations se sont remis en place et on trouve toujours des grands acheteurs qui achètent des masques chirurgicaux à moins de 5 centimes".

SUR LE MÊME SUJET

Grâce à son virage dans le sanitaire, les revenus de Chargeurs s'envolent

Mais "Dieu merci, on a quelques entreprises françaises et institutions publiques qui nous ont fait confiance et qui, bien qu'on soit plus cher, font le choix du Made In France", conclut le directeur général de Lainière Santé.

Paul Louis

Journaliste BFM Eco

Coronavirus : Un masque 100 % français pour les sportifs, dont les athlètes français aux prochains JO

PROTECTION La société marseillaise Proneem a développé un masque protecteur que porteront les athlètes de la délégation française aux JO de Tokyo



Adrien Max Publié le 20/05/21 à 10h05 — Mis à jour le 20/05/21 à 10h05



Le masque ViralStop développé pour les sportifs par la société Proneem. — PRONEEM

- La société marseillaise Proneem a développé le masque Viralstop à destination des sportifs.
- Il est très filtrant tout en disposant d'une excellente respirabilité, en plus de la technologie Viralstop qui tue les virus.
- Ce masque équipera les athlètes de la délégation française aux JO de Tokyo.

Un masque anti-covid made in France qualifié pour les Jeux olympiques de Tokyo. La société marseillaise Proneem a mis au point, en partenariat avec le Comité national olympique et sportif français, un masque filtrant et respirable pour la pratique du sport : le masque viralstop. Il équipera les athlètes de la délégation française pour les prochains Jeux olympiques de Tokyo, cet été, grâce à ses propriétés uniques.

« Les textiles sont issus de l'excellence de la technicité française avec un maillage particulier qui permet une filtration à 100 %, mais aussi et surtout une très bonne respirabilité avec 600l/m2/secondes. La respirabilité pour un masque de sport à activité modérée est de 400l/m2/secondes quand un masque chirurgical permet une respirabilité de 100l/M2/secondes. Cette respirabilité offre une légèreté qui fait oublier le masque durant la

pratique, ce qui est très important », souligne Nathalie Hagege, fondatrice et dirigeante de Proneem.

Filtrant, respirable et virucide

Le masque Viralstop répond à la Norme Afnor, puisqu'elle a été développée par la société Proneem en partenariat avec les autorités. Sa conception a quant à elle été réalisée avec des sportifs de haut niveau pour leur apporter une protection maximale, en tout confort. « On a travaillé avec des acteurs de différents sports afin de mettre au point une cage de respiration entre le nez et le menton. L'ergonomie du masque, ainsi que le maintien par les élastiques, permet une bonne visibilité en 3D, sans que l'athlète ait besoin de réfléchir à sa respiration et sans risque de s'accrocher dans des sports de contact comme le rugby », détaille Nathalie Hagege.

Une parfaite filtration alliée à une très bonne respirabilité, mais le masque Viralstop va encore plus loin grâce à la technologie virucide développée par Proneem. « Le masque est imprégné sur le tissu externe de la technologie Viralstop, qui est un virucide qui permet de détruire la membrane de la cellule du virus. Si vous avez le virus sur les mains et que vous touchez votre masque, le virus sera tué au bout de quelques minutes. Cette technologie prend toute son importance dans les salles de sport où la distanciation est réduite, avec des projections dans l'air », explique la fondatrice de Proneem, qui a déjà vendu près de trois millions de masques avec cette technologie pour le grand public.

12 euros, soit quelques centimes la séance de sport

« D'un point de vue sanitaire ce masque apporte une garantie supplémentaire grâce à la technologie Viralstop. Il est fabriqué avec les tissus les plus filtrants et les plus perméables en même temps, ce qui offre des bonnes conditions pour la pratique de nos sportifs. On a décidé de les équiper avec ce masque pour les JO de Tokyo en les dotant de trois ou quatre masques, en plus des masques chirurgicaux recommandés par les organisateurs », annonce Denis Masegla, président du CNOSF.

Ce masque à destination des sportifs est commercialisé à 12 euros à partir de ce jeudi, avec la possibilité de le laver 20 fois jusqu'à 60°C sans perte de ses propriétés. Avec un lavage toutes les trois ou quatre utilisations, la séance de sport revient à 80 centimes environ. Et l'entreprise Proneem reversera 10 centimes par masques vendus à la caisse de solidarité des sports.

ECONOMIE

Dans le Nord, la promesse d'une usine de confection de jeans bon marché

Fashion Cube, le pôle d'enseignes d'habillement détenu par l'Association familiale Mulliez, veut créer une usine de confection de jeans, à la fin de 2021, à Neuville-en-Ferrain, près de Tourcoing.

Par Juliette Garnier

Publié le 10 mai 2021 à 16h40 - Mis à jour le 13 mai 2021 à 18h48

Lecture 2 min.

Article réservé aux abonnés



Le Denim Center pourrait ainsi assurer environ 6 % des jeans vendus par l'enseigne Pimkie. SPENCER PLATT / GETTY IMAGES VIA AFP

Des jeans fabriqués en France en vitrine de Jules et de Pimkie pour un prix allant de 40 à 60 euros ? Fashion Cube espère être en mesure de le proposer dès 2022. Le pôle d'enseignes d'habillement détenu par l'Association familiale Mulliez (2,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires) a annoncé lundi 10 mai vouloir inaugurer une usine de confection de jeans, le Fashion Cube Denim Center, au quatrième trimestre de l'année 2021, à Neuville-en-Ferrain, près de Tourcoing (Nord).

Cette usine, qui mobilisera 3,5 millions d'euros d'investissement, dont 800 000 apportés par la région Hauts-de-France et Métropole européenne de Lille, devrait produire 180 000 unités au cours de sa première année d'exploitation et 400 000 par an, à

terme.

Production marginale mais « significative »

Aux enseignes Pimkie, Jules, Orsay, Grain de malice et Bizzbee (environ 2 000 magasins), elle fournira des modèles plus chers que ceux qui proviennent habituellement d'Asie ou de Turquie. Sans toutefois les forcer à pratiquer le prix de vente de 100 à 150 euros des marques de jeans fabriqués en France par 1083 et Atelier Tuffery, pionniers de la relocalisation de la production de jeans dans l'Hexagone.

Le Denim Center pourrait ainsi assurer environ 6 % des jeans vendus par l'enseigne Pimkie. Bien que marginale, cette production est toutefois « *significative* », prétend Christian Kinnen, responsable du projet, car « *cela démontre qu'il est possible de fabriquer un jean en France pour un prix de revient accessible* ». Pour comprimer ses coûts, l'usine aura recours à l'automatisation de certaines tâches, dont la confection des poches, les coutures de décor et la pose de la ceinture et des passants, en sus des phases de coupes, assurées elles aussi par des machines. Initialement, Fashion Cube espérait produire des tee-shirts. « *Mais les technologies ne sont pas encore suffisamment mûres* », rapporte M. Kinnen.

La société marseillaise Proneem conçoit des masques pour les sportifs français

Par [Ilona Bellier](#) *11 mai 2021*



© Proneem

La société de biotechnologie marseillaise Proneem a mis au point un masque adapté à la pratique d'activités physiques modérées à très intenses. Elaboré avec le Comité National Olympique et Sportif Français, il sera utilisé par les athlètes membres de la délégation.

Le Comité National Olympique et Sportif Français (CNOSF) et la société marseillaise de biotechnologie Proneem ont mis au point le masque sport Viral Stop Anti Covid-19, qui sera utilisé par les athlètes membres de la délégation.

« Depuis le début de la crise sanitaire en 2020, nous mettons notre savoir-faire et notre expertise au service de la recherche pour rendre les textiles virucides et anti Covid-19. Le masque chirurgical était une réponse rapide à un besoin urgent mais ce n'est pas un outil fait pour la pratique du sport. On y respire à des échanges de 100 litres par mètre carré par seconde, alors qu'un effort physique nécessite le double » nous explique Nathalie Hagege, fondatrice et dirigeante de Proneem.

C'est pourquoi la société a développé un masque de sport alliant confort et protection. « Ultra respirant et ultra filtrant », il est conforme à la norme AFNOR SPEC MBS S70-001 ainsi qu'aux autorités de contrôle et laboratoires spécialisés.



Le masque sport Viral Stop est validé par les autorités de contrôle IFTH, DDPP, ANSES et les laboratoires spécialisés INTERTEK, SGS, VIBIOSPHEN et EQUITOX © Proneem

Des masques élaborés avec des sportifs de haut niveau

Ainsi, le masque sport Viral Stop est fabriqué en France à base de textile double couche, avec une respirabilité trois fois supérieure aux masques chirurgicaux. Les premiers prototypes ont été testés par des sportifs de haut niveau comme Mehdi Baala (champion d'Europe d'athlétisme) et Christopher Patte (champion de France de pentathlon moderne) ou encore Ksénya Moustafaeva, championne de France de gymnastique rythmique.

« Nous leur avons demandé ce qu'ils attendaient d'un masque et l'une des choses les plus importantes est qu'il ne leur fasse pas perdre leur orientation 3D. Il faut donc qu'il soit léger et que les sportifs le remarquent à peine. Car si on réfléchit à la respiration et au port du masque, on ne réfléchit plus à la performance sportive », continue-t-elle.

Et parce qu'il arrive à un sportif de manipuler des équipements partagés comme des poids ou encore des ballons, Proneem a imprégné son modèle du traitement virucide, [Viral Stop](#). « Durant la pratique d'un sport, on touche régulièrement son visage, que ce soit pour replacer son masque parce qu'il a glissé ou l'enlever afin de boire de l'eau. À ce moment-là, le traitement va détruire le virus et permettre à l'utilisateur de manipuler son masque en toute sécurité », précise Nathalie Hagege.



© Proneem

10% des ventes reversées à la Caisse de solidarité des sports

Déjà adoptés par le CNOSF pour l'équipement de ses athlètes, les masques sont capables de résister à 80 séances de sport et 20 lavages à 60°C tout en gardant leurs propriétés virucides. Ils se portent en salle de sport comme en extérieur et sont conçus pour de nombreuses pratiques, allant de modérées à très intenses.

Et pour soutenir les structures sportives, Proneem compte reverser 10 centimes d'euros à la Caisse de solidarité des sports à chaque masque vendu. « Ces dernières ont été très fortement impactées par la crise et il était donc logique pour nous que 10% de nos ventes leurs reviennent », ajoute-t-elle.

Les masques Viral Stop Anti Covid-19 seront disponibles sur [le site Viral Stop](#) à partir du 15 mai 2021. Les salles de sports, clubs et fédérations en seront également prochainement équipés.

« Ils sont les premiers lieux à avoir été fermés par le gouvernement. Ils sont montrés du doigt comme étant des lieux de propagation car ce sont généralement des espaces assez clos dans lesquels on respire plus fort et où les microparticules peuvent être plus importantes. Avec ces masques, on souhaite aussi montrer que les établissements sportifs proposent le meilleur », conclut Nathalie Hagege.

tisse un avenir Made in France

Publié le 11 mai 2021 - Jacques DONNAY - Services



Lancée en 2014 par les frères Dahan, la marque de maroquinerie lyonnaise Le Feuillet entend se différencier de la concurrence en travaillant exclusivement avec des fournisseurs hexagonaux.

En s'associant au tisseur ardéchois Chamatex pour développer sa première gamme de produits en textile souple et non plus en cuir, le maroquinier lyonnais Le Feuillet souhaite affirmer haut et fort sa priorité : vendre des produits de fabrication française.

"Ce choix, que nous avons fait dès l'origine pour tous nos articles, constitue tout simplement un gage de qualité", affirme Ylan Dahan, cofondateur de la marque avec son frère Davy.

Une gamme comprenant une quarantaine de références

Le premier article de cette nouvelle ligne de bagagerie réalisée à Valence, sur la base d'un lin Ripstop, un tissu unique 100 % made in

France, est un helmet bag. *"Il sera disponible à partir de fin mai et sera ensuite proposé sur notre site internet et dans toutes les boutiques qui nous distribuent, en France, mais aussi dans d'autres pays européens et en Asie. A commencer par notre propre boutique, qui est installée à Lyon, au cœur de la Presqu'île"*, ajoute-t-il.

Depuis sa création en 2014, l'entreprise a déjà développé une gamme 100 % made in France comprenant une quarantaine de références dans l'univers de la bagagerie et de la petite maroquinerie : pochettes d'ordinateurs, cartables et sacs à dos, sacs à main, portefeuilles et porte-cartes. *"Avec à chaque fois la volonté de travailler avec des matières premières sourcées en France et proposant un design innovant pensé par l'usage"*, assure Ylan Dahan.

Les Mulliez vont relocaliser dans le Nord pour produire des jeans made in France "accessibles"

MULLIEZ

+ SUIVRE CE SUJET



Pixabay

FashionCube (galaxie Mulliez) va créer une usine de jeans dans le Nord, qui devrait entrer en service lors du dernier trimestre à Neuville-en-Ferrain, dans la métropole lilloise et compter 105 emplois d'ici trois ans.

Publié le 10/05/2021 à 15h00

SAUVEGARDER CET ARTICLE

Bonne nouvelle sur le front de l'emploi. Les six enseignes textiles de la galaxie Mulliez vont relocaliser d'ici à fin 2021 en France, dans le Nord, une partie de leur production d'articles denim (jeans), une démarche présentée comme "responsable" et visant à "rendre le made in France accessible". Le site de production, baptisé FashionCube Denim Center (du nom de l'entité regroupant ce six enseignes) devrait entrer en service lors du dernier trimestre à Neuville-en-Ferrain, dans la métropole lilloise et compter 105 emplois d'ici trois ans.

Cette usine représente un investissement de 3,5 millions d'euros, dont 0,8 million d'euros de subventions de la région Hauts-de-France et de la métropole européenne de Lille

(MEL). Elle devrait produire 410.000 jeans par an d'ici à 2024. "C'est un peu moins de 6% du volume total des jeans produits par nos enseignes", explique à l'AFP Christian Kinnen, chef de projet, "mais nous pourrions nous poser très rapidement la question d'augmenter les volumes, voire d'étendre la relocalisation à d'autres produits".

>> A lire aussi - Auchan, Decathlon... Qui sont les meilleurs (et les pires) patrons de la famille Mulliez ?

Les produits denim de ces six enseignes (Jules, Pimkie, Bizbee, Grain de Malice, Orsay et RougeGorge Lingerie) sont aujourd'hui fabriqués en Asie, Turquie et au Maghreb. A modèle équivalent, ceux qui sortiront du site nordiste seront vendus "environ 20% plus cher" précise M. Kinnen, soulignant qu'ils feront l'objet "d'un travail de valorisation sur le lieu de vente, auprès des clients potentiels".

>> Inscrivez-vous à notre newsletter Entreprises et Marchés

"Nous considérons que ce Denim center est un +démonstrateur+ que produire en France, à un prix accessible (40 à 60 euros le jean) est possible", poursuit ce responsable. "Tout le processus de fabrication sera (...) optimisé pour limiter son empreinte sur l'environnement. L'usine fonctionnera en circuit court" et utilisera "40 fois moins d'eau lors du délavage", selon un communiqué de FashionCube.

>> A lire aussi - Bolloré, Arnault, Mulliez : les PDG français craquent pour les îles privées

"Quant au traitement des pièces, il sera" pour l'essentiel "réalisé à l'ozone et au laser pour contourner les techniques polluantes classiques dans la fabrication de vêtements en denim". L'entité affirme employer 9.000 personnes, dans 2.300 magasins, pour un chiffre d'affaires de 1,5 milliard d'euros.

Loire

L'entreprise Alpex crée une protection innovante pour les sapeurs-pompiers

Située à Saint-Chamond, la société Alpex, spécialisée dans les tissus techniques, rayonne depuis plus de vingt ans. Une de ses dernières innovations, le Nomex nano flex laminé, est utilisée pour fabriquer des cagoules protégeant les pompiers des particules fines.

Par Rébecca LAPLAGNE rebecca.laplagne@leprogres.fr - 08 mai 2021 à 06:00 - Temps de lecture : 3 min



Plus de deux tiers de la production sont exportés à l'international. Photo Progrès /Alain LAFFAY

Les machines ronronnent dans les ateliers, signe d'une reprise quasi normale de l'activité. L'année 2021 s'annonce plus clémente pour l'entreprise couramiaux, aux clients très spéciaux, qui conçoit principalement des produits destinés à la protection de l'individu exposé parfois à des risques mortels.

En effet, cette dernière dévoile trois nouveaux textiles à fortes valeurs ajoutées, résultats d'années de recherche.

Le Nomex nano flex laminé

De nombreuses études ont démontré que les pompiers seraient plus susceptibles d'être atteints de cancers des voies respiratoires. Pendant trois ans, Alpex s'est donc penchée sur la question et a mis au point, en partenariat avec la société américaine DuPont, le Nomex nano flex laminé, un tissu trois couches, utilisé pour fabriquer des cagoules protégeant des particules fines.

« Pour l'instant, la plupart de nos clients sont des brigades de secours américaines », explique Laurent Cogez, co-dirigeant, fier de pouvoir travailler avec une population « héroïsée » de l'autre côté de l'Atlantique. Alpex espère pouvoir, grâce au Nomex nano flex par exemple, décrocher, si l'occasion se présente, ceux des brigades des sapeurs-pompiers de Paris ou de Tokyo, qualifiées de notoires



Laurent Coguez, directeur d'Alpex. Photo Progrès /Alain LAFFAY

Le Diablo

Lorsque ce n'est pas l'identification d'un nouveau risque qui pousse à innover, c'est l'identification d'un nouveau besoin qui prend le relais. Le Diablo, un tissu souple, agile, imperméable et respirant permet plus de liberté de mouvements. Il a été conçu en s'inspirant des besoins de la police. « Les policiers, les gendarmes, les militaires, etc. souhaitent avoir des tenues les plus polyvalentes et confortables possibles. » Et qui tiennent. C'est pari gagné avec cette matière stretch qui ne montre aucun signe d'usures après 100 lavages.

Le Cosmeec

Avec sa troisième nouveauté, 100 % made in France, tournée vers l'environnement, Alpex se diversifie. Le Cosmeec est un multicouche léger, solide et hyper-respirant servant à couvrir des bâches de compost en milieux urbains. Ce laminé compte plusieurs avantages clés : c'est une

barrière anti-odeur qui accélère la maturation du compost grâce au maintien d'une humidité stable. Une station de compostage vendéenne est déjà en cours d'équipement.

Les équipes se disent fières de ces trois innovations possibles grâce au service recherche et développement (R & D) composé de 6 des 44 employés que compte Alpex. « Cet effort en R & D est important et stratégique. Sans ça, on ne serait plus là », confie Laurent Cogez.



L'entreprise redouble d'effort pour limiter ses impacts sur l'environnement

Certifiée ISO 14001 depuis deux ans, Alpex met au point des solutions toujours plus respectueuses de l'homme et l'environnement, dans un souci de responsabilité mais également pour remporter de nouveaux appels d'offres.

« Je le reconnais, notre démarche environnementale a aussi été dictée par une démarche business parce que ça rapporte des points, mais c'est bien d'être incités », concède Laurent Cogez. Pour autant, rien n'est fait à la légère. Par exemple, Alpex est fortement impliqué dans le projet collaboratif subventionné Deperflex, visant à développer des solutions alternatives écoresponsables de traitements déperlants sans fluor, durables dans le temps. Dans les ateliers, toutes les pistes possibles pour réduire les déchets sont examinées. « On essaye de travailler avec nos fournisseurs pour réduire les emballages, on trie nos déchets au maximum, on réduit les solvants. C'est très important pour nous », souligne Maxime Vercasson, responsable d'atelier de maintenance. Le recyclage des textiles techniques vient noircir le tableau, car il n'est pas évident, mais la durabilité des produits rééquilibre la balance. « Il arrive que nous recevions des réclamations pour des parkas de 2001 par exemple, alors si le produit a une

durée de vie aussi longue, il faut arbitrer au niveau de la recyclabilité », plaide le codirigeant.

Lot-et-Garonne

Lot et Garonne. La Chouette planète : des idées et des produits bons pour la planète et pour nous

Depuis Moustier, Angelina Terminet a créé La Chouette planète, où elle vend ses créations mais aussi plein d'autres produits made in France et éco-responsables.



Angelina Terminet dans l'atelier où elle prépare les colis et où elle coud ses créations estampillées « La chouette planète ». On devrait la retrouver ce week-end au marché printanier de Lévignac-de-Guyenne.

Par **Marie-Pierre Caris**

Publié le 5 Mai 21 à 12:22

La [Chouette Planète](#), c'est une petite **autoentreprise** créée par Angelina Terminet à Moustier, à quelques kilomètres de **Miramont-de-Guyenne**, qui vend des produits bons pour la planète, et bons pour notre peau ou encore notre maison.

« Des produits **éco-responsables**, durables, qui participent à limiter les déchets, pour la vie quotidienne » résume la créatrice. Et c'est très... chouette.

Bon pour nous, bon pour la planète

Angelina a toujours été concernée par le respect de l'environnement, elle et sa famille ont d'ailleurs commencé à faire évoluer leurs habitudes il y a quelque temps, elle est aussi fille de couturière.

Et c'est après un burn-out professionnel qu'elle s'est lancée dans l'aventure qui la tentait en fait depuis des années : « Je suis de formation comptable, spécialisée dans les ressources humaines, et pendant huit ans, j'ai été assistante commerciale dans la téléphonie

professionnelle. La quarantaine est arrivée, le confinement aussi, j'ai fait un burn-out, et je crois que j'avais besoin d'accorder mes valeurs personnelles et ma vie professionnelle. A mon boulot, on m'a demandé de partir... ça a donc été l'occasion ! ».

À lire aussi

Lot-et-Garonne. Ma Déco Eco, nouvelle marque de déco murale éco-responsable née à Marmande

C'est ainsi que la Chouette Planète naît en août 2020, chez elle, dans un atelier qu'elle s'est confectionné dans le petit grenier de la maison familiale.

Car sur son site internet (« la finalité est d'avoir une petite boutique ou un show room »), Angelina propose les produits qu'elle sélectionne auprès de fournisseurs locaux ou nationaux, mais elle en crée aussi beaucoup, comme des lingettes démaquillantes, des serviettes hygiéniques lavables, des débarbouillettes, des coussinets, des charlottes alimentaires...

« Ce n'est pas que du tissu bio, mais je suis très vigilante sur les normes » prévient Angelina. Qui propose donc toute une collection de savons, de produits cosmétiques, de produits d'entretien, mais aussi de la carterie...

Il s'agit aussi pour moi de redonner envie aux gens d'aller vers des produits naturels et de consommer le plus possible localement.

Angelina Terminet

Et ça marche. « Bien sûr, j'ai une clientèle cible, mais elle s'élargit. Beaucoup de gens reviennent au naturel et à l'essentiel, pour l'écologie et la planète, mais aussi pour faire des économies, car on s'y retrouve : par exemple, pour certains produits, si on les entretient bien, ils peuvent durer plusieurs années ». Et puis, Angelina pense aussi à tout le monde : « J'ai voulu proposer à tous les prix, dans une large gamme, et je fais également des lots, comme ça, tout le monde s'y retrouve ».

Elle peut aussi livrer, autour de Miramont, Duras, Eymet et parfois à Marmande, et envoie les colis par la Poste... dans des emballages recyclés. Il n'y a pas de petits gestes, il n'y a que des gestes importants : « Et avec la Chouette planète, je voulais qu'on prenne soin de nous, et de la planète en même temps ».

Neeobreath : une société bretonne invente le masque cristal inclusif, plus filtrant... et transparent !

Les masques sont toujours présents dans nos vies et on ne sait pas encore pour combien de temps... Neeobreath invente le masque qui filtre et qui redonne le sourire aux gens.

Nathalie Kleczinski 3 mai 2021 Dernière mise à jour: 2 mai 2021 0 2 minutes de lecture



Crédit photo : Neeobreath

A l'heure où notre troisième déconfinement s'amorce, la question des masques chirurgicaux va à nouveau se poser. Rappelons que, pour le moment, même vaccinés, le port du masque reste obligatoire dans la plupart des régions françaises. Une société bretonne, basée à Quessoy (Côtes-d'Armor) vient de lancer un **nouveau masque qui se veut l'un des plus filtrants du marché actuel.**

Son nom : *Neeobreath*, un masque **100% Made In France**, qui pourrait changer la vie à bien des professionnels. Ce masque d'un nouveau genre est **filtrant, transparent et réutilisable**. Depuis des mois maintenant, nous ne voyons plus les sourires sur les visages, ce masque pourrait bien nous changer la vie à nous aussi.

À LIRE AUSSI : [Des milliers de masques transparents et inclusifs seront distribués aux enseignants français](#)

Un masque « Cristal »

Les premiers à s'équiper de ce nouveau masque breton sont les militaires de la **Marine Nationale**. *Neeobreath* ou « *masque cristal* » se veut novateur et parfaitement protecteur. *Guillaume Turbec*, concepteur du *Neeobreath* explique dans les colonnes de **France 3** : « *On voit de tout dans le milieu des masques actuellement. Moi, je voulais créer quelque chose de transparent et surtout efficace et sûr et de qualité française* »

En quelques mois à peine, quatre exactement, *Neeobreath* devient le premier masque breveté qui ne génère aucune buée. Cette innovation est possible grâce à quatre valves et un filtre qui sont parmi les meilleurs du marché actuel.

3 modes de filtration

Le masque dispose de **trois modes de filtration**. Le mode « classique », le mode « communication » en retirant une ou deux soupapes d'expiration (perte de l'effet double flux) et enfin le mode « sport » en

retirant les soupapes d'inspiration pour optimiser la surface du filtre (simple flux), tout cela « *sans perdre en qualité de filtration* » promet l'entreprise **dans sa vidéo de démonstration**.

Un filtre tueur de virus

Le filtre **se veut virucide** et fonctionne grâce à un principe actif à base de cuivre... Sa durée de vie est d'un mois et il coûte 9€. Qui plus est, le filtre réutilisable réduit l'impact écologique des masques jetables.

Pour qui, pour quoi faire?

« *Cela concerne les personnes touchée par un trouble autistique et celles malentendantes mais ce n'est pas tout. Il faut aussi penser aux commerçants, aux restaurateurs ou encore aux professionnels de l'audition qui ont besoin de ces masques pour communiquer avec ces personnes* » expliquait l'adjointe délégué au handicap à la mairie d'Evreux, Francine Maragliano sur le site **france3-regions**.

À LIRE AUSSI : [Angèle et Martin : des vêtements colorés aux motifs originaux, adaptés aux enfants souffrant d'un handicap](#)

Cela implique également les **385 000 enfants scolarisés en situation de handicap** précisait fin septembre de l'année dernière la secrétaire d'état sur le site **sudouest.fr** « *En cette rentrée, quelque 385 000 enfants en situation de handicap ont repris le chemin de l'école, 6% de plus que l'an passé, a par ailleurs rappelé la secrétaire d'Etat, sans préciser toutefois le nombre d'enfants privés d'école.* »

Et la suite ?

Et les innovations ne devraient pas s'arrêter là, car *Neeobreath* travaille actuellement sur un autre type de filtre, en fibres naturelles.

Pour **réduire encore l'impact écologique avec une matière 100% recyclable**. Nous ne savons pas pour combien de temps encore, nous devons porter le masque, mais retrouver **le sourire sur les visages** semblent tout de même plus sympa !

#Bijoux | Accessoires

Nous avons testé les accessoires de plage ÔBABA Paris !

Actus Bijoux | Accessoires

Par  Diane  Publié le 11/05/2021

Vous rêvez d'un drap de plage XXL, compact, léger et qui ne s'envole pas ? Après deux ans de recherche, ÔBABA crée un nouveau produit innovant, design, qualitatif, pratique et adapté aux besoins de chacun, le [drap de plage XXL](#) !

Et pour intégrer cette gamme de produits indispensable pour l'été, la marque développe également des [accessoires spécial plage](#), vous fournissant tout le confort dont vous rêvez !

Essayer c'est l'adopter

Les deux créateurs, Philippe et Mario se sont donnés un objectif très ambitieux, vous faire profiter de la plage différemment. En avril 2012, la marque ÔBABA est créée et donne son nom à son premier produit, le drap de plage XXL made in France.

Le produit qui est né dans la région lilloise est fabriqué par de petites entreprises françaises indépendantes, soucieuses de la qualité et du respect de l'environnement. Ainsi son tissage est réalisé dans les Vosges pour une finesse, une résistance, une qualité et une taille parfaite. La teinture et les impressions sont de la région lyonnaise.

Les consommateurs, souvent agacés par des serviettes de plage traditionnelles en éponge, trop petites, trop épaisses et trop encombrantes cherchaient des alternatives et ÔBABA a trouvé la solution, un drap de plage XXL à partager en couple, en famille ou entre amis ou seulement pour soi avec le modèle [SOLO](#).

Disponible en 13 couleurs et deux collections capsules, il y a un ôbaba pour répondre aux besoins et aux envies de chacun.

Pour se différencier la marque lance des collections limitées qui changent chaque année et s'engage pour l'environnement, chaque accessoire comme les sacs à dos ou les chouchous, est confectionné avec des chutes de tissu dans de petites entreprises familiales et vendus exclusivement à des boutiques indépendantes.

S'évader en toute tranquillité

Pour les vacances, pour une balade dans un parc, pour une idée cadeau ou pour soi, la surprise est au rendez-vous dès la première utilisation. En partenariat avec [ÔBABA Paris](#), nous avons ainsi pu tester deux de leurs accessoires indispensables dès l'arrivée des beaux jours, le [Sac à Dos fait main](#) et le [Chouchou](#) dans le coloris framboise !

Dans une démarche zéro déchet, ÔBABA conserve toutes ses chutes de tissu les plus grandes afin de confectionner des [sacs à dos fait main](#) par une couturière indépendante. En 100% coton tissé dans les Vosges, chaque pièce possède son écusson ÔBABA noir et une cordelette noire qui peut être adapté à chacun et même pour un enfant. Avec des dimensions parfaites, 39 cm de haut par 29 cm de large il est idéal pour ranger votre drap de plage ôbaba ainsi que vos indispensables de plage.

Lavable en machine, il est disponible en 5 coloris, turquoise, framboise, noir, bleu saint barth ou gris, le sac à dos écolo très souple et extrêmement pratique, il sera le meilleur allié de votre dos !

[Les chouchous ôbaba](#) sont également faits main par une couturière indépendante du Nord de la France et réalisés à partir de chutes de tissu plus petites, respectant l'engagement "zéro déchets" de la marque. Confectionnés à la commande, chaque chouchou possède son étiquette noire ÔBABA ! Discret et élégant, aux couleurs vitaminées ou sobres, les chouchous très pratiques sont idéals pour retenir vos cheveux à la plage, à la sortie de la piscine ou en ville.

Multi-usages, il peut également être porté au poignet en tant qu'accessoire de mode tendance ! Il se mariera à merveille avec tous les autres accessoires ÔBABA, de quoi être à la pointe de la mode, même à la plage !

Où retrouver les accessoires ÔBABA ?

Avec l'arrivée des beaux jours et l'envie grandissante des après-midi bronzette, vous avez envie de tester la collection ÔBABA ? Rendez-vous sur obabaparis.com pour passer commande !

Excellent moment de détente !

Nous avons testé les accessoires en tissu upcyclé de la marque Été Doré !

Publié le 02/05/2021 09:00:00 • Modifié le 21/04/2021 15:22:07 par



[Diane](#) - vu 87 fois.

Le printemps est la saison parfaite pour jouer avec les tendances et miser sur les accessoires ! Les coiffures printanières arrivent et grand nombre d'entre elles nécessitent l'utilisation d'un chouchou et parce que la pandémie sera encore présente pendant les prochains mois les masques sont-ils aussi de rigueur mais pourquoi ne pas miser sur l'originalité ?

Avec la marque [Été Doré](#), vous pourrez miser sur l'originalité et ajouter une touche de pep's à tous vos looks !

Suivant les traces de sa maman

[Été Doré](#) est une marque d'accessoires pour cheveux et maroquinerie en tissu upcyclé fait main. Cannelle, la créatrice de la marque décide à son retour d'un semestre d'études à l'étranger de se lancer dans la confection de chouchous dans l'atelier de couture familial.

Depuis toute petite, Cannelle se rappelle de sa mère ancienne styliste dans cette ambiance des machines à coudre et l'envie de confectionner des accessoires originaux sans extravagance, classiques sans pour autant être communs et dans un style vintage moderne, grandi en elle !

Après quelques semaines de réflexion autour des créations et des heures de confection, Cannelle commence à vendre et lance ainsi sa marque avec un concept tout aussi original, le 'upcycling ! Les accessoires de la marque sont donc cousus avec des tissus récupérés en ventes au kilo, dans des vide-greniers ou brocantes ou encore dans des anciennes boutiques de prêt-à-porter. La marque propose environ quatre collections par an, en série limitée et confectionnées à la main dans l'atelier familiale.

Ainsi tous les articles de la marque sont garantis Made in France et réalisés dans une démarche écoresponsable donnant une seconde vie aux tissus abandonnés. Toutes les chutes sont réutilisées pour

créer d'autres accessoires et toutes les commandes sont envoyées dans des emballages en papier recyclé et ne comportent pas de plastique.

Un style frenchy moderne

En partenariat avec [Été Doré](#) nous avons pu tester 3 de leurs articles, le [Masque Facial – Satin Blanc](#), le [Chouchou Noir Carrés](#) et le [Chouchou Bordeaux](#) tous les deux en grande taille grand !

Les trois articles sont cousus à partir de tissus upcyclés et fabriqués à la main par Cannelle, des pièces en édition limitée qui vous permettront d'avoir un accessoire unique ! Les deux chouchous en grand format sont composés d'un liseret et ont 12 cm de dimension pour convenir à toutes les types de chevelures, même les plus volumineuses. Lavable à la machine à 30° vous devez privilégier un séchage naturel.

[Le masque](#) est quant à lui anti-buée, ne possède pas de couture entière au milieu pour éviter la profusion de gouttelettes. Également fabriqué en tissu upcyclé puis doublé, il a un effet satiné et son style classique grâce à des motifs originaux et extrêmement classe lui donnent un petit côté princier ! Testés sur plusieurs formes de visages, ils disposent d'élastiques réglables permettant d'épouser confortablement chacune de nos particularités. Un autre bon point des masques Été Doré c'est qu'ils sont livrés avec la petite pochette de protection assortie !

Totalement conquise par une qualité de folie, chaque article de la marque a su me séduire à sa manière ! Le [Chouchou Bordeaux](#) est l'accessoire idéal pour les tenues printanières, pour agrémenter une coiffure ou simplement porté au poignet, il nous donne un petit côté Pom-Pom girl que j'adore !

Le [Chouchou Noir Carrés](#) est lui plus sobre et vient nous donner une touche d'originalité et sobriété pour dans une tenue de soirée ! Pour le masque, il est mon indispensable barrière de protection au quotidien alliant sobriété et efficacité.

Où retrouver les articles Été Doré ?

Vous avez craqué sur ces beaux accessoires ? Rendez-vous sur etedore.fr pour passer commande !

Et si vous vous voyez déjà avec ces trois articles, rendez-vous sur [@sitedesmarques officiel](#), pour vous faire plaisir, nous vous proposons en partenariat avec [@ete.dore](#) un jeu concours pour tenter de les remporter !

Bonne chance et bon shopping !

Nouvelle éco en Poitou : TIO-NT fabrique des masques anti-covid made in Poitou à Saint-Saviol dans la Vienne

Mardi 4 mai 2021 à 4:00 - Par Isabelle Rivière, France Bleu Poitou



Saint-Saviol



Dans la nouvelle éco en Poitou, on s'intéresse à TIO-NT, Textile industriel de l'Ouest - non tissé, qui fabrique des masques chirurgicaux anti-covid à Saint-Saviol dans la Vienne. Des dispositifs médicaux à haut pouvoir filtrant.



Dans la Vienne, la société TIO-NT de Saint-Saviol fabrique des masques chirurgicaux à haute capacité de filtration (photo d'illustration) © Maxppp - Lionel Le Saux

Des masques anti-covid made in Poitou, ça existe ! L'entreprise "Textile industriel de l'Ouest - Non tissé", basée à St Saviol, dans la Vienne, s'est lancée dans la fabrication de masques chirurgicaux anti-covid à l'automne 2020, quelques mois seulement après le premier confinement.

Qualité supérieure exigée

Mais pour fabriquer des masques anti-covid de qualité, l'entreprise poitevine tenait à maîtriser toute la chaîne de production, depuis les matériaux jusqu'au conditionnement en passant par les machines. Pour Sabine Sauvaux, directrice de TIO-NT, il n'était donc pas question de s'équiper en Chine.

"Les machines chinoises ne répondent pas aux normes européennes pour les dispositifs médicaux. Celles qui sont vendues et arrivent sur le marché rouillent facilement. On retrouve donc des particules dans les masques produits. Les matériaux chinois eux-aussi présentent des problèmes de particules indésirables à l'usure. On ne voulait pas de ça"

La société TIO-NT cherche donc et finit par trouver des machines européennes (France, Italie, Espagne), se fournit en matériaux bio-compatibles, c'est-à-dire qu'on peut les porter à même la peau sans risques. Ses masques sont respirants avec un système de filtration élevé mis au point à Roubaix, dans le Nord.

"La norme veut que les masques chirurgicaux soient capables de filtrer les particules de trois microns. Nous, on va plus loin avec les filtres Meltblown électrochargés", explique la dirigeante poitevine.

En chargeant ses masques en électricité statique, TIO-NT est capable de filtrer des particules inférieures à trois microns, "ce qui est intéressant quand on commence à dire que le coronavirus pourrait être véhiculé par aérosol et plus uniquement par les postillons comme on le pensait," souligne Sabine Sauvaux. C'est le plus haut-niveau de filtration en termes de normes en France.

Mais l'électricité statique résiste mal à l'humidité. Alors, comment imaginer qu'elle reste efficace quand les masques sont fabriqués en Chine et qu'ils sont transportés par bateau jusqu'en Europe ? La directrice de Textile industriel de l'Ouest - Non tissé se pose la question.

Relocalisation et souveraineté sanitaire

Alors même que plusieurs entreprises françaises ont relevé le pari de la re-localisation de l'industrie sanitaire et médicale, dans les points de vente en France on trouve une immense majorité de masques chinois. C'est lié à la capacité de production gigantesque de la Chine et aux prix pratiqués : deux fois moins chers que les made in Poitou. "Mais la qualité a un coût !" rappelle Sabine Sauvaux de Tio-NT. A l'heure actuelle, TIO-NT passe essentiellement par les pharmacies de la Vienne pour revendre ses masques. Aucune commande de l'Etat !

"En Allemagne, l'Etat s'est laissé une marge de manoeuvre pour pouvoir acheter les masques fabriqués par les entreprises allemandes. Pas en France"

A l'heure où les politiques français parlent de re-localisations et de souveraineté industrielle et sanitaire, TIO-NT entend trouver de nouveaux débouchés. En misant sur des masques à haute-filtration, l'entreprise poitevine espère par ailleurs tirer son épingle du jeu face à l'arrivée des nouveaux variants du coronavirus plus contagieux.

Contact : sabine.sauvaux@tio-nt.com

[Coronavirus Covid-19](#) [Masques de protection](#) [Vienne](#)



Isabelle Rivière
[France Bleu Poitou](#)

Samedi 08 mai 2021 05:08



Plougoumelen. Idé'Elles & Caramels, le made in France pour enfants ...



Moana Caquelin Cabel. © Ouest-France

Après des études en tourisme et marketing, puis deux années à la tête d'une boutique de loisirs créatifs à Auray, Moana Caquelin Cabel a créé Idé'Elles & Caramels en 2015, une entreprise de confection de cadeaux de naissance et d'objets zéro déchet pour la maison.

« **L'idée est partie de la création, pour mes filles, de prénoms en armature métallique et en tissu que l'on peut accrocher aux portes des chambres. Créer mes propres produits est une passion, mais aussi une fierté** », souligne-t-elle.

La gamme compte une trentaine de produits dans des univers bien distincts. Côté bébés-enfants, des accessoires de tous les jours, des cadeaux de naissance allant du prénom aux chaussons, en passant par la cape de bain. L'univers salle de bain propose des produits réutilisables, lavables et conçus de manière éthiques et écologiques.

« **Les tissus utilisés sont certifiés Oekotex Standard 100, un label qui garantit l'absence de substances nocives** », explique la créatrice.

Très attachée au made in France, Moana Caquelin Cabel confectionne 70 % des objets dans son atelier situé au domicile familial. Pour le reste, elle sollicite deux couturières de Plœren et un Établissement et service d'aide par le travail (Esat). « **C'est ma grande fierté de pouvoir contribuer à faire vivre aussi le tissu local. Des petites mains mais aussi des commerçants qui diffusent mes produits** », souligne la Plougoumelenoise.

Avec le succès qu'elle rencontre, l'autoentrepreneuse espère, prochainement, trouver un atelier plus grand et embaucher un salarié. Et pourquoi pas, un jour, créer ses propres tissus.

Contact : boutique en ligne, www.ideellesetcaramels.com ; courriel, ideellesetcaramels@outlook.fr

Quimperlé. La Loco se drape de beaux tissus

Du jeudi 13 au dimanche 16 mai 2021, une vente de tissu au mètre a eu lieu à Quimperlé (Finistère) au profit de la Loco, coopérative culturelle.



Vendredi matin, rue de la Tour-d'Auvergne, le tissu au mètre, vendu au profit de la Loco, part comme des petits pains. | OUEST-FRANCE

Ouest-France

Publié le 14/05/2021 à 13h35

Abonnez-vous

 Newsletter La Matinale

Le côté atelier de la boutique Ô jadis, antre de la créative Sylvie Bordereux, rue de la Tour-Auvergne, à Quimperlé (Finistère), grouillait de petites mains vendredi 14 mai 2021. De grands rouleaux de tissus coloriés sous les bras, Sylvie, Jicé, Rico et les autres membres de l'équipage de la Loco, s'affairaient pour répondre à la demande d'acheteurs de tissu, au mètre. À petit prix ! Du tissu Made in France, de qualité et solide, provenant d'une entreprise de Laval.

De nombreux projets à mettre en place

La jeune association, qui regroupe différents acteurs culturels branchés dans le domaine de la musique, a plein de projets à mettre sur les rails : accompagner les groupes, mettre en place des formations, organiser concerts et événements. Pour alimenter la Loco rien de tel que la débrouille ! Comme cette vente de tissu qui a débuté jeudi 13 mai 2021, à 5 € le mètre, et 2 € le mètre à partir de 5 mètres de tissu acheté. La vente s'est poursuivie ce samedi 15 et dimanche 16 mai 2021.

Partager cet article **fermer**

 Vendredi matin, rue de la Tour-d'Auvergne, le tissu au mètre, vendu au profit de la Loco, part comme des petits pains.

RETRO 2008. Autour de Caen, le textile joue la carte du luxe
A Cormelles, Saint-André-sur-Orne et Bourguébus, trois entreprises normandes confectionnent des vêtements pour les plus grandes marques françaises. Trajectoire d'une filière méconnue.



Archives Ouest-France |

Ouest-France

Publié le 14/05/2021 à 09h52

Abonnez-vous

 Newsletter Caen

Vous souvenez-vous ? C'était il y a quelques années. Plusieurs fois par semaine, Ouest-France vous propose des contenus issus de son fonds d'archives, autour de votre commune. Pour que l'actualité d'hier aide à comprendre celle d'aujourd'hui.

Cet article a été publié le 14 mai 2008.

Normandie couture, Thierry, Joël-Marie : trois entreprises nichées autour de Caen. Discrètes, elles tracent leur chemin sans faire de vagues. Elles emploient autant de personnes que la filière nautique. Pourtant leur secteur d'activités semble peu porteur, sinon sinistré : il s'agit du textile. Sauf qu'en se spécialisant dans le prêt-à-porter de luxe pour femmes, elles ont réussi à tirer leur épingle de la déferlante des délocalisations. « Sur ce créneau, le coût de fabrication compte moins. Les clientes n'hésitent pas à dépenser des milliers d'euros pour un vêtement », décrit Amedi Nacer, à la tête des Établissements Thierry (90 salariés) depuis 2004.

Implantée à Saint-André-sur-Orne, la société Thierry (2,8 millions d'euros de chiffre d'affaires) s'apprête à déménager pour lfs dans un bâtiment neuf. Elle confectionne des vêtements pour des marques qui font rêver, de Chanel à Hermès. À Cormelles, Joël Marie emploie lui 65 personnes, pour 2,4 millions d'euros de chiffre d'affaires. Dans son carnet de commandes, une dizaine de clients. « J'ai démarré avec Kenzo, en 1985 », se souvient-il. Et à Bourguébus, Normandie couture (60 salariés, groupe Grandis) travaille aussi « pour les plus grandes maisons », explique Daniel Juvin, son PDG.

Deux cents salariés

En fait, la singularité caennaise est née de Normandie Couture. « La société a été créée en 1965, rue Caponière, par Alain Brault. Puis s'est installée à Bourguébus », raconte Nicole Aubert, directrice de cette usine. À 54 ans, elle y travaille depuis plus de trente ans. L'atelier a employé jusqu'à 200 couturières. « On a monté en gamme progressivement. » Après la reprise par Grandis en 2000, consécutive à un dépôt de bilan, l'atelier s'oriente clairement vers le luxe.

Entre-temps, il a fait des petits. Ancien de Normandie couture, Joël Marie, 62 ans, a fondé sa propre entreprise. Un de ses ex-collègues a lancé un autre atelier à Saint-André. « Au final, on arrive à un pôle de trois usines et 220 salariés. On travaille tous dans le même produit, pour des clients plus ou moins similaires », relate Joël Marie. « La Basse-Normandie reste un des pôles les plus importants dans le luxe parisien », glisse Daniel Juvin. Ses atouts : « La proximité de Paris et la chance d'avoir saisi ce créneau au bon moment, il y a quelques années », estime Joël Marie. « On croit au futur »

Un secteur difficile ? « Sans doute, mais passionnant. Dans les années 80, il l'était déjà. Moulinex, la SMN semblaient des sociétés sûres. Elles ont disparu et je suis toujours là », constate-t-il, pragmatique. « On est performant car on nous a botté les fesses sans cesse. C'est bien, mais fatigant. Je suis néanmoins confiant pour l'avenir. On a un potentiel, un savoir-faire », sourit-il. « Comme le nombre de clients est réduit, on est dépendants, reprend Daniel Juvin, âgé de 47 ans. Il faut être vigilant. Jusqu'à présent, on n'a pas mal réussi. Je suis persuadé que le luxe féminin reste un marché sur lequel on peut s'exprimer en France, et pendant longtemps. »

Amedi Nacer, 46 ans, embraille : « On croit au futur du secteur. On se bat pour. Si la France se résigne à n'être plus qu'un pays de consommateurs de produits fabriqués ailleurs, c'est qu'on a un problème. » Daniel Juvin rebondit : « On peut faire des choses, mais il faut se bouger. » Les concurrents : les Italiens et les pays de l'Est. L'avenir du luxe français passe paradoxalement par des pays comme la Chine, la Russie et l'Inde. « Avec l'émergence de nouveaux riches, la demande y est forte, souligne Amedi Nacer. Acheter un vêtement d'une marque française sans l'étiquette « made in France » est pour eux presque impensable. » Joël Marie termine d'une formule : « C'est comme une Ferrari. Si elle était fabriquée en Corée, ce ne serait plus pareil... »
Virginie JAMIN.



Archives Ouest-France |





Archives Ouest-France |
Cet article provient des archives Ouest-France

Sarthe. Découvrez Kolmi-Hopen, la société qui va créer au moins 150 emplois à Bessé-sur-Braye. Le groupe Kolmi-Hopen, basé dans le Maine-et-Loire, produira des gants dans l'ancienne usine d'Arjowiggins à Bessé-sur-Braye, en Sarthe. Cette société connaît une forte croissance dans le domaine médical.



Emmanuel Macron s'était rendu, le 31 mars 2020, dans l'usine de Kolmi Hoppen près d'Angers.
| ARCHIVES

Le Maine Libre Frédéric BARILLE

Publié le 18/05/2021 à 17h21

Abonnez-vous

 Newsletter Le Mans

Comme l'a révélé Le Maine Libre, 150 à 200 emplois vont être créés sur le site de l'usine Arjowiggins à Bessé-sur-Braye, en Sarthe, liquidée en mars 2019. Le groupe Kolmi-Hopen, basé dans le Maine-et-Loire va y installer une unité de production de gants. « **C'est une très bonne nouvelle** », annonce Christelle Morançais, la présidente de la région des Pays de la Loire. Ce groupe s'est retrouvé sous le feu des projecteurs au plus fort de la pénurie de masques. Le 31 mars 2020, le Président de la République s'était rendu dans l'usine de production de masques Kolmi Hopen, à Saint-Barthélémy-d'Anjou, près d'Angers. À l'époque, c'était le début de la pandémie, la France avait besoin de 40 millions de masques par semaine. « **Pour faire face, nous avons décidé d'importer massivement et vite. Plus d'un milliard de masques arrivent de Chine. Mais il nous faut aussi et avant toute chose produire davantage sur notre sol. Produire plus sur le sol national pour réduire notre dépendance** », avait déclaré le chef de l'État, avant d'affirmer sa volonté d'atteindre « **une indépendance pleine et entière** » en la matière.

Nous avons bloqué l'affichage de ce contenu réseau social pour respecter vos choix en matière de cookies. En cliquant sur « Consulter », vous acceptez le dépôt de cookies par des services de réseaux sociaux tels que Twitter. Vous pouvez modifier vos choix à tout moment en cliquant sur « Modifier mes choix cookies » dans la rubrique Services en bas de cette page.

[Consulter](#)

Lors des vœux qu'il a adressés aux Françaises et aux Français, à la fin de l'année dernière, Emmanuel Macron a rendu hommage à des « parcours exemplaires » révélés pendant la crise sanitaire en 2020. Parmi ces personnalités, le président de la République a cité Gérald, « entrepreneur près d'Angers » qui, avec ses salariés, « **a réussi la prouesse d'ouvrir ses usines sept jours sur sept, vingt-quatre heures sur vingt-quatre ; et plus récemment d'en installer une autre en un temps record** ». Emmanuel Macron évoquait Gérald Heuliez, directeur général de Kolmi-Hopen.

Le groupe Kolmi Hopen (du groupe Medicom) travaille depuis plus de 40 ans dans la conception, fabrication et commercialisation de produits à usage unique destinés aux secteurs médical, dentaire, industrie et de l'hygiène. Tout d'abord leader dans la production de masques, le groupe s'est diversifié en produisant des gants, vêtements, produits de désinfection et autres, à destination des professionnels.

Téléchargez la nouvelle appli des médias du groupe Sipa Ouest-France

Son histoire débute en 1921, quand l'entreprise fabriquait le fameux papier à cigarette de la marque Zig-Zag®. Le Groupe Kolmi-Hopen est né de la fusion de deux entreprises : Kolmi et Hopen qui, chacune, possédait son propre domaine d'expertise. La première dans le domaine médical. Dans les années 70, l'entreprise fut la première à lancer sur le marché européen un masque médical fabriqué en France. L'autre depuis 2003 dans la distribution de produits à usage unique dédiés au secteur des industries et au monde de l'hygiène. Propriétés du groupe Canadien Medicom, ces deux entités ont fusionné en 2005.

Seine-et-Marne. L'usine Iris Ohyama de Lieusaint vise les 60 millions de masques par mois

L'entreprise Iris Ohyama de Lieusaint, s'est lancée dans la fabrication de masques chirurgicaux en décembre 2020 et vise une production mensuelle de 60 millions de masques par mois



Fabrication et conditionnement des masques à l'usine Iris Ohyama de Lieusaint (©EvO/RSM77)

Par **Eric Vanoverveld**

Publié le 20 Mai 21 à 9:11

Inaugurée en juin 2019 à **Lieusaint**, le long de l'A5, l'entreprise japonaise **Iris Ohyama** s'est implantée comme spécialiste de la plasturgie, et notamment des fameuses boîtes en plastique transparent.

Mais la pandémie mondiale de coronavirus est vite passée par là, et Iris a su s'adapter en un temps record pour lancer la fabrication de **masques**. « Ce n'était pas prévu du tout au départ, expliquent les responsables de l'entreprise. Mais quand la crise est arrivée, on a vite décidé de réagir. On avait la technologie, les moyens techniques, et les moyens humains. Le temps de faire venir et d'installer les lignes de production, et c'était parti ! »

Il faut dire qu'Iris Ohyama ne partait pas de zéro, loin de là. Si l'usine lieusaintaise ne devait, à la base, fabriquer que des objets en plastique, le groupe japonais est, en Asie, l'un des principaux fabricants de masques chirurgicaux depuis 2007. Le temps de

réorganiser l'usine de Lieusaint, et ce sont aujourd'hui 20 lignes de production qui tournent à plein régime, avec environ 90 000 masques produits par ligne chaque jour.

« Notre objectif est d'arriver à 60 millions de masques chaque mois. On continue à recevoir des lignes, le temps de les installer et que tout tourne à plein régime, et on devrait pouvoir arriver à cet objectif cet été ».

Romain Le Glas

Directeur de la production des masques

Sur le site de Lieusaint, la production se divise en deux lieux : la salle « blanche », préservée, avec une hygiène maximum, où sont fabriqués les masques, et la salle de conditionnement, qui se fait encore manuellement, même si l'automatisation du conditionnement ne devrait pas tarder. « Dans la salle blanche, une cinquantaine de personnes travaillent à la fabrication, avec un chef d'équipe, et des conducteurs de lignes, ajoute Romain Le Glas. Nous travaillons en 3×8,

ce qui fait environ 170 personnes employées sur cette partie. Nous fabriquons par exemple beaucoup pour Carrefour, qui nous a fait confiance pour ses ventes de masques. Nous sommes devenus très rapidement l'un des principaux fabricants de masques en France... »

Le made in France est l'un des axes forts de la société japonaise.

« Nous sommes une société japonaise à la base. Mais cette usine de Lieusaint est une usine française, qui produit français. Nous allons continuer à la développer et à recruter sur place. Nous en sommes déjà à plus de 250 employés, et nous allons continuer ».

Yasushi Oyama

Directeur général d'Iris Ohyama France

100 000 masques offerts aux enfants de GPS

Si le premier étage de l'usine lieusaintaise est désormais occupé par ces lignes de production de masques, le rez-de-chaussée reste lui consacrée à la

plasturgie, avec un ballet de robots impressionnant qui fabrique toutes sortes d'objets, de la boîte plastique classique au ventilateur, en passant par les arrosoirs ou les produits pour les animaux. « La société Iris Ohyama compte 25 000 références de produits. En France, il n'y en a que mille pour le moment. L'objectif est d'en produire plus, avec des produits également propres à la France... »

Deuxième usine européenne du groupe japonaise, après les Pays-Bas, l'usine lieusaintaise devrait devenir, à terme le siège social européen d'un groupe qui compte 29 sociétés à travers le monde. « Je suis ravi d'avoir pu vous faire découvrir notre savoir-faire », se réjouissait Yasushi Oyama à la fin de la visite, juste avant d'offrir 100 000 masques pour enfants à Grand Paris Sud. Histoire de faire connaître le produit, mais aussi de montrer son attachement au territoire...

Eric van OVERTVELD

Shopping Promenade : des ateliers de couture chez Mondial Tissus à Claye-Souilly

La boutique a déménagé dans le nouveau centre commercial cette année, à Claye-Souilly. Elle propose des ateliers de couture, collectifs et individuels, payants.



Le magasin Mondial Tissus de Claye-Souilly a rouvert dans le Shopping Promenade. (©La Marne)

Par **Louis Gohin**

Publié le 8 Mai 21 à 12:02

La Marne

[Mon actu](#)

Suivre

Installé depuis juin 2019 à **Claye-Souilly**, le magasin de tissus **Mondial Tissus** a déménagé à **Shopping Promenade début 2021**.

L'enseigne propose du sur-mesure mais aussi des **cours** pour apprendre la **couture** pour tous les âges.

Mondial Tissus face à la crise des masques

« Avec la crise et le besoin de masques, nous avons une très forte demande depuis plus d'un an. »

Amélie Yvon est la responsable du magasin Mondial Tissus de Shopping Promenade à Claye-Souilly.

Même si le magasin a dû fermer ses portes au public lors du premier confinement, il a pu rouvrir rapidement. A sa réouverture en avril 2020, le magasin a fait cinq fois son chiffre d'affaire habituel.

En effet, le tissu utilisé et les élastiques permettent de fabriquer des masques soi-même.

« La mode du tout fait maison est la tendance actuelle. Avec les différents confinements, toutes les tranches d'âges se sont mises à la couture » explique Amélie Yvon, qui a remarqué un changement de clientèle depuis l'année dernière.

Un magasin de 540 m²

Dans l'espace de 540 m² du magasin, une partie est réservée aux ateliers de couture. Les mercredis et samedis, pendant trois à quatre heures, des cours sont organisés par les employés de Mondial Tissus pour apprendre les bons gestes.

À lire aussi

Élections départementales : ce jeune duo veut remporter Claye-Souilly

Les apprentis peuvent apporter leur propre machine à coudre ou utiliser celles du magasin. Habillement, ameublement, rideaux... des centaines de produits

sont proposés pour confectionner soi-même et avoir des créations uniques.

Plus de la moitié des tissus sont tissés et imprimés en Europe, mais la dynamique de l'enseigne tend vers un maximum de made in France dans les années à venir.

Les ateliers collectifs coûtent 10 € de l'heure et des cours individuels sont aussi proposés. Pour prendre rendez-vous, il faut se rendre directement sur place ou aller sur le site www.mondialtissus.fr.

Cet article vous a été utile ? Sachez que vous pouvez suivre La Marne dans l'espace [Mon Actu](#) . En un clic, après inscription, vous y retrouverez toute l'actualité de vos villes et marques favorites.

À Castres, une entreprise française fabrique 15.000 rideaux pour isoiloirs

vendredi 4 juin 2021 à 9:14

ECONOMIE

Charlotte Gau, responsable communication de l'entreprise Textiles Albo-Flottard, installée à Castres (Tarn), était interviewée dans "le coup de fil du matin" sur Sud Radio le 4 juin. "Le coup de fil du matin" est diffusé tous les jours à 7h12 dans la matinale animée par Cécile de Ménibus et Patrick Roger.



Les rideaux d'isoiloirs, pour les élections, sont à renouveler régulièrement. (Charly Triballeau - AFP)

"Changer les rideaux et répondre aux nouvelles normes"

C'est une belle histoire familiale à mettre en lumière à l'approche des élections régionales. *"Nous avons dû embaucher deux couturières supplémentaires pour répondre à la demande et une autre pour la logistique"*, se réjouit Charlotte Gau, responsable communication de l'entreprise Textiles Albo-Flottard, installée à Castres (Tarn).

"Nous confectionnons des rideaux faits sur mesure, notamment d'isoiloirs." Pourquoi ce boom alors que les mairies en ont déjà ? "On en confectionne pour des mairies de façon récurrente, mais il y a forcément un boom car il faut changer les rideaux, répondre aux nouvelles normes. Nous avons aussi beaucoup sous-traité pour des entreprises qui fournissent directement les mairies."

"Tissé dans les Vosges et confectionné dans le Tarn"

Textiles Albo-Flottard est une entreprise à dimension familiale et made in France. Existe-t-il également une concurrence étrangère sur de tels marchés ? *"Oui, nous nous focalisons sur le Made in France, c'est vraiment notre fierté aujourd'hui. Le tissu utilisé pour nos rideaux d'isoloirs est 100% français. Le tissu a été tissé dans les Vosges et confectionné dans le Tarn."*

Est-il possible de proposer des tarifs concurrentiels en fabriquant en France ? *"Oui, nous arrivons quand même à être assez concurrentiel. Nous sommes sur des rideaux techniques, ignifugés et sur mesure."* Sent-on la reprise côté hôtels et restaurants ? *"Oui, et nous faisons tout pour les fournir à temps pour la réouverture."*

Cliquez ici pour écouter "le coup de fil du matin"

Retrouvez "le coup de fil du matin" du lundi au vendredi à 7h12 sur Sud Radio, dans la matinale de Cécile de Ménibus et Patrick Roger.

Sur quelle fréquence écouter Sud Radio ? Cliquez-ici !

THÉMA

A Marseille, Fil Rouge montre l'exemple dans la filière textile

En adossant un chantier d'insertion à un bureau d'études et de prototypage, cette entreprise marseillaise a pu réduire sa structure de coût pour confectionner des modèles en marque blanche.

Entreprise d'insertion, Fil Rouge, sous-traitant de l'industrie de l'habillement, a été créé en 2014. (Fil Rouge)

Par **Paul Molga**

Publié le 3 juin 2021 à 10:16

La crise sanitaire ne pouvait pas mieux tomber pour le fabricant textile Fil Rouge. Au plus fort de la pandémie en mai dernier, cette entreprise marseillaise a ouvert un atelier de campagne dans l'un des grands halls du parc des expositions de la ville, et recruté 76 personnes en chantier d'insertion pour confectionner des masques en tissu. « Un véritable booster pour notre activité », sourit son initiatrice Annie Carrai.

Créée en 2014, Fil Rouge est une entreprise d'insertion qui **sous-traite pour l'industrie de l'habillement** . Elle dispose de son propre bureau d'études avec une quarantaine d'employés, qui prototypent les patrons et sourcent les matières. Le façonnage des modèles est réalisé dans ses murs qui occupent une ancienne minoterie des

Après l'incendie de la filature Emanuel Lang, son patron déplore le manque de considération pour la filière textile en France

Auteur :

FASHION

Chenu Alexis

Publié le

today 28 mai 2021

Le 9 mai dernier, Emanuel Lang, la seule filature de lin français installée en Alsace, et appartenant au groupe Velcorex-Matières Françaises (qui détient les marques de velours Velcorex, la marque en propre Matières Françaises, Philea et Tissage des Chaumes) voyait sa salle de tissage et la plupart de ses métiers à tisser partir en fumée au cours d'un incendie accidentel. Montant des dommages subis: plus d'un million d'euros.



Dans la filature de lin Emanuel Lang, avant l'incendie

Un événement qui, depuis quelques jours, a suscité l'émotion d'une partie des clients de l'entreprise, à commencer par la marque de prêt-à-porter pour hommes Asphalte, à l'origine du lancement d'une cagnotte en ligne pour soutenir son fournisseur. Une initiative relayée par d'autres – les marques Bonne Gueule, Atelier Loden, Réuni, Le Slip Français et les jeans 1083 –, et qui, aujourd'hui, a permis de récolter plus de 51.000 euros.

"Je me réjouis évidemment de cette initiative, s'exprime Pierre Schmitt, le patron du groupe Velcorex-Matières Françaises, qui s'ajoute à l'aide reçue par la région (estimée à environ 300.000 euros) et devrait se poursuivre par de nouvelles initiatives via les réseaux sociaux pour poursuivre l'élan de solidarité enclenché. Des témoignages de soutien qui mettent également en relief l'indifférence générale dont nous sommes victimes depuis quarante ans de la part des acteurs du textile et des gouvernants. Il a fallu bien des crises et des tragédies pour que l'on se réveille un peu."

Pointant du doigt le "démantèlement programmé de la filière textile", "la délocalisation tous azimuts réalisée dans l'indifférence générale" et "le mépris général des gouvernants s'étant succédé au pouvoir", Pierre Schmitt dénonce aujourd'hui le manque de moyens attribués à la filière et à la réindustrialisation du pays, malgré l'émergence de quelques bons signaux liés notamment à la

création d'un haut-commissaire au plan.



La filature de lin Emanuel La

"Si l'on souhaite rebâtir une France industrielle, il faut s'en donner les moyens et ne pas agir en posant simplement du sparadrap, explique Pierre Schmitt. Il faut redonner à l'industrie une priorité nationale et diffuser une vraie culture industrielle à tous les échelons du pays, explique-t-il. Aujourd'hui, le ministre Bruno Le Maire se réjouit d'une reprise de la consommation de 90% du textile français, mais 90% de cette consommation porte sur des produits importés! Il y a une naïveté et un mépris évident quant à la qualité de nos savoir-faire."

L'autre cheval de bataille sur lequel souhaite se battre le dirigeant français concerne le "*greenwashing*". "Malgré la croissance de la production du lin en France et de nos commandes, il faut absolument en finir avec l'hypocrisie de certaines maisons et marques de luxe qui communiquent aujourd'hui sur le lin français mais font assembler leurs pièces en Chine. C'est littéralement de la concurrence déloyale. Il existe aujourd'hui une filière du lin en France qui fonctionne, et notre développement suscite l'espoir dans d'autres régions. Aux marques et aux acteurs de jouer le jeu pour espérer relancer notre filière."

La filature de lin Emanuel Lang, dont la relance s'était faite en 2019 avec l'arrivée de nouvelles machines à tisser Schlumberger (spécialistes des machines pour fibres longues) et la fabrication du denim en lin *made in France*, devrait reprendre sa production d'ici une dizaine de jours et retrouver d'ici la fin du mois de juin le même rythme qu'avant l'incendie.

Brest. Grâce à son matériau breveté, cette start-up fabrique des sacs en lin et en liège
Incubée à Brest (Finistère), la start-up Bag Affair vient de lancer sa nouvelle collection de sacs vegans et éthiques. Elle s'appuie sur une innovation qu'elle a brevetée et commercialisera bientôt auprès d'autres marques : un matériau biodégradable à base de lin et de liège.



Pollyanna Ford, alternante, et Ronja Nielsen, fondatrice de Bag Affair. | OUEST-FRANCE
Ouest-France Laura DANIEL.

Publié le 12/06/2021 à 10h06

Elle voulait aller au « bout de sa démarche » d'une marque de maroquinerie éthique et durable. Ronja Nielsen, fondatrice de la start-up Bag Affair, basée à Brest (Finistère), vient de lancer sa nouvelle collection de sacs, dont les préventes ont lieu sur Ulule jusqu'au 26 juin 2021. Depuis sa création en 2017, l'entreprise incubée à la Brest Business School commercialisait déjà ses sacs en matières végétales. Mais ceux-ci utilisaient encore du coton venant de Turquie. « Je me suis dit : la France est le premier fabricant de lin. Pourquoi ne pas en utiliser ? Sauf que ça n'a pas été aussi facile à réaliser ! » raconte Ronja Nielsen.

Pas de...

Partager cet article **fermer**

 Pollyanna Ford, alternante, et Ronja Nielsen, fondatrice de Bag Affair.
Brest. Grâce à son matériau breveté, cette start-up fabrique des sacs en lin et en

liègeOuest-France.fr

Châteauroux : il lance une entreprise de textile à l'effigie du Berry

Publié le 08/06/2021 à 06:25 | Mis à jour le 08/06/2021 à 06:25

L
«

Komlavi Dadzie lance Ma Province, une entreprise de textile à l'effigie des provinces anciennes comme le Berry. Il vend notamment des T-shirts.

Je suis assez nostalgique des anciennes provinces, j'avais envie de les mettre en avant, à commencer par mon Berry. Komlavi Dadzie est arrivé en terres berrichonnes il y a maintenant quinze ans, après avoir vécu en région parisienne. Mardi ou mercredi, il lancera officiellement son entreprise de textile baptisée Ma Province. « Ça me trottait dans la tête depuis quelques années jusqu'au jour où j'ai eu cette idée de mettre en avant les provinces. L'idée, c'est que ça peut faire une idée de cadeau assez originale. »

Des produits conçus à Montpellier et Châteauroux

Pour le moment, seuls les T-shirts seront disponibles. Dessus, des inscriptions en lien avec le Berry. « Papa berrichon », « Maman berrichonne », « Jeune berrichon » « *Au début, je cherchais à mettre une icône pour symboliser le Berry, mais on n'a rien qui nous caractérise véritablement* », explique Komlavi Dadzie. L'entrepreneur n'en est pas à son coup d'essai puisqu'il a déjà créé deux autres entreprises : Smile Box et MeMedia, une entreprise de production audiovisuelle. « *Il n'y a pas forcément de bon moment pour se lancer. Mais si je ne créais pas cette entreprise de textile, je l'aurais regretté.* » En plus de vouloir faire du textile, Komlavi Dadzie souhaitait se lancer dans les circuits courts. « *Au départ, je ne voulais pas forcément faire du 100 % made in France, mais au final toute la production se fait à Montpellier et à Châteauroux.* »

Le Berrichon a choisi de confier la réalisation de coutures, le repassage et la mise sous pli à la blanchisserie d'Agir 36, qui emploie des personnes en réinsertion. « *J'aurais pu confier ces missions à d'autres ateliers de couture, mais j'avais déjà travaillé avec Agir. Ça me plaisait de mettre en avant les compétences de ces personnes.* » Prix de ce T-shirt 100 % français : 29,90 euros. « *On voulait vraiment avoir un produit qui dure contrairement aux vêtements que l'on retrouve dans les stations balnéaires à 5 ou 6 euros et qui viennent d'Asie* », affirme Komlavi Dadzie.

En plus de produits mentionnant le Berry, l'entrepreneur réfléchit à faire des éditions pour des villes comme Châteauroux ou Valençay. « *Sur cette dernière, il y aura peut-être un logo en lien avec le vin. Et si ça marche, on s'étendra peut-être à d'autres provinces* », détaille l'entrepreneur.

Site internet : www.ma-province.fr

Dodo : ses couettes et oreillers made in France bercent vos nuits

MADE IN FRANCE

+ SUIVRE CE SUJET



Stephane Grangier pour Capital

Archileader du marché de la couette et de l'oreiller, cette entreprise lorraine, 100% familiale, ne cesse d'investir pour garder un coup d'avance.

Écrit par Nathalie Villard

Publié le 02/06/2021 à 10h46 Mis à jour le 02/06/2021 à 16h26

SAUVEGARDER CET ARTICLE

Cet article est issu du magazine Capital

Dix mois. C'est le temps record qu'il a fallu à Nathalie Bourguet et à son équipe pour concevoir, tester et lancer la fabrication des derniers-nés de la famille Dodo : deux coussins "spécial télétravail", l'un pour s'asseoir bien droit, l'autre pour se caler le dos. "Le projet a germé pendant le premier confinement, raconte cette responsable marketing. Beaucoup de salariés se sont retrouvés à travailler chez eux sans le mobilier adéquat. D'où l'idée d'accessoires permettant d'éviter les douleurs lombaires." Bien vu. Les distributeurs se sont arrachés les premiers lots commercialisés en magasin et sur le Net

depuis avril. "Et cette nouvelle ligne "home office" devrait vite compter d'autres produits", assure cette ancienne de Delsey.

Décidément, la pandémie du Covid n'aura pas fait que des malheureux. "On va clos notre exercice fin mars avec une croissance annuelle de nos ventes de 4%", se réjouit Didier Hannaux, P-DG de ce groupe de 750 salariés. Comme quoi une PME peut être familiale depuis quatre générations, n'avoir jamais quitté son berceau lorrain (Saint-Avold, 15500 habitants) ni délaissé son cœur de métier, les couettes et les oreillers, et continuer d'innover et de grandir. En dix ans, les ventes ont bondi de 78,3 à 142,5 millions d'euros, faisant de Dodo le numéro 1 français du secteur, deux fois plus gros que l'autre fabricant tricolore, Lestra. "Si vous cherchiez une belle endormie, vous vous êtes trompée d'adresse", plaisante son patron, en arpentant au pas de charge la principale usine du groupe qui en compte quatre, toutes en France.

>> A lire aussi - Simmons, Lapeyre... quelles marques privilégier dans votre chambre ?

Une vélocité qui ne date pas d'hier. Cela fait quatre-vingt-quatre ans que cette discrète entreprise de Moselle entend garder une longueur d'avance. Tout commence en 1937 quand les époux Hanau ouvrent un atelier de fabrication de couvertures piquées en laine et déposent, avec un sacré flair, la marque Dodo. Fuyant l'invasion nazie, la famille quitte la France pour les Etats-Unis, d'où ils reviennent en 1947 avec un produit révolutionnaire, l'édrédon. Succès immédiat. En 1970, Jacques Hanau prend la suite de ses parents. Pour lui non plus, pas question de laisser Dodo s'assoupir. Il va multiplier les paris. Tous gagnants. En 1974, il rentre d'une tournée en Europe du Nord convaincu que la couette en fibres synthétiques va définitivement ringardiser le duo drap-couverture. Elle devient vite le produit phare de l'entreprise. Deuxième intuition, l'essor des hypermarchés va permettre d'y vendre en masse des articles de literie jusque-là réservés aux magasins spécialisés. Branle-bas de combat à l'usine qui, à la fin des années 1970, double de taille : les machines à tasser les oreillers remplacent le rembourrage manuel, les chaînes de piquage se substituent aux couturières...

En quelques années, la marque Dodo devient la reine du rayon sommeil en grandes surfaces. Elle y est toujours numéro 1. Ses liens avec les enseignes (Carrefour, Auchan, Casino...) comme avec les vendeurs par correspondance (La Redoute, 3 Suisses...) sont d'autant plus solides qu'à la fin des années 1980, la PME mosellane propose de fabriquer leurs collections. Aujourd'hui, ces produits sous marques de distributeurs (MDD) représentent 30% de son chiffre d'affaires.

>> A lire aussi - Alimentation, textile, meuble.. ces petites marques françaises résistent aux multinationales

Toujours à l'avant-garde, Jacques Hanau décide en 1993 de séduire les ménagères de moins de 50 ans à coups de spots télé, une première dans le secteur. Plus gros annonceur de sa catégorie, le groupe est notamment sponsor de l'émission de TF1 *Danse avec les stars*. Moyennant quoi, d'après l'Ifop, le taux de notoriété de la marque Dodo atteint 82%, ce qui la place dans le peloton de tête des plus connues des Français.

"Il n'y a pas un problème de réglage sur cette machine ? Elle fait un drôle de bruit." Retour à l'usine de Saint-Avold, où l'on essaie de suivre Didier Hannaux qui slalome entre les piles de couettes – 25.000 y sont confectionnées par jour – tout en saluant chaque employé par son prénom. Eh oui, on ne la lui fait pas, au patron. "J'ai 59 ans dont 32 ans de Dodo, j'y ai fait tous les métiers", s'esclaffe le gendre de Jacques Hanau, entré dans l'entreprise à 21 ans après avoir épousé sa fille Carole. "Avec le même patronyme, à un "n" et un "x" près, si ce n'est pas un signe, ça!", jubile celui qui a succédé à son beau-père en 2000. Avec lui, Dodo a carrément doublé de taille.

Entre 2004 et 2017, pas moins de six sociétés de l'univers du sommeil sont tombées dans son escarcelle, dont Lasson (protections de literie), Drouault, le dernier fabricant tricolore d'articles en plumes et duvet, CTM, leader français des vêtements de nuit, et la marque de linge de lit Anne de Solène. Le tout "entièrement autofinancé, sans un sou de dette",

assure Didier Hannaux qui n'en reste pas moins discret sur ses profits. Une razzia qui permet aujourd'hui à l'entreprise de proposer aussi bien des produits grand public que très haut de gamme, et d'être à la fois dans les supermarchés, les grands magasins (BHV, Le Bon Marché, Galeries Lafayette, etc.), les enseignes spécialisées (Darty, Maison de la literie...) et sur le Net. Tout en équipant de nombreux hôtels – "plus de 100.000 chambres par an", précise David Czimowski, numéro 2 de l'entreprise. Y compris plusieurs palaces.

Comme le Crillon, à Paris. Mais là, pas de blague. A 15.000 euros la nuit en moyenne, les clients ne veulent dormir que dans de la plume ! Ça tombe bien, c'est la spécialité de Drouault. Direction Le Mans cette fois. Labellisée Entreprise du patrimoine vivant (EPV), cette manufacture vieille de 170 ans est la dernière à traiter elle-même la précieuse matière première – jusqu'à 5 tonnes par jour – qui garnira couettes, oreillers et surmatelas. En provenance d'élevages vendéens et du Sud-Ouest parfaitement tracés – contrairement à de nombreux concurrents qui s'approvisionnent en Chine –, les plumes de canard et d'oie sont d'abord lavées dans de gigantesques silos pour être débarrassées de leurs souillures, puis stérilisées et séchées.

De grandes souffleuses vont ensuite trier plumes et duvets, sans abîmer les flocons qui feront tout le gonflant. Et pour s'assurer de la qualité de chaque lot, une batterie d'analyses est menée au laboratoire, toutes portes fermées et à la pince à épiler pour éviter les envols inopinés. On y inspecte la courbure des plumes, leur élasticité, leur résistance à l'humidité...

Mais le vrai secret de Drouault est détenu par son maître duvetier. Comme un vigneron assemblant des cépages, il va, pour chaque référence de couettes ou d'oreillers (plus ou moins chauds, lourds, fermes...), déterminer le bon dosage plumes-duvet et oie-canard. Soit plus de 150 recettes au total. Les best-sellers de la marque ? La couette 80% duvet de canard et 20% plumes de canard (comptez 800 euros pour la 220 x 240 centimètres), et l'oreiller 70% duvet-30% plumes à 175 euros dans les magasins chics comme le Bon Marché. Le tout encore piqué à la main ! Ce qui n'empêche pas l'usine du Mans de débiter 150.000 couettes et 1 million d'oreillers par an. "Deux fois plus que lorsqu'on a racheté l'entreprise en 2004", souligne Jonathan Hannaux, fils aîné de Didier et responsable de cette entité.

Mais le bond des ventes de Drouault, comme celles des autres marques du groupe, n'est pas dû qu'à la dextérité des employés. Cet essor s'explique aussi par le travail des équipes R&D de Nathalie Bourguet et Valérie Borde, à Paris, qui scrutent en permanence les attentes des consommateurs. Ceux-ci veulent des articles plus faciles d'usage ? Dodo vient de lancer des couettes en fibres compressibles et lavables à 95 degrés. Moins allergènes ? La nouvelle gamme Allerban bénéficie d'un traitement antiacarien et antimicrobien. De préférence made in France ? "Nous n'avons jamais délocalisé, ce qui nous a permis de garder tout notre savoir-faire", rappelle Didier Hannaux. Plus écolos ? Lancée l'été dernier, la gamme Dodo Ocean Care contient une fibre à base de déchets plastiques recyclés mise au point avec un fabricant allemand. Et dès ce printemps, les articles Drouault seront vendus dans des housses en coton bio quand les emballages Dodo seront à base de cellulose de bois.

Et tant pis si ces nouveaux packagings reviennent trois fois plus cher. "Un coût à notre charge qui ne sera pas répercuté sur le prix de vente", assure le directeur commercial, Bruno Savarino. La marge est un peu rognée, mais, comme toute entreprise 100% familiale, Dodo s'inscrit dans le long terme. "Nous réinvestissons la majorité de nos bénéfices dans l'entreprise avec un horizon de cinq à dix ans", confirme le big boss dont les deux fils Jonathan (36 ans) et Michael (29 ans) sont en formation accélérée pour prendre la relève. Mais attention, avec une règle d'or : "On ne parle jamais boulot le week-end", assure le paternel.

En attendant de passer la main, Didier Hannaux n'a pas l'intention de se mettre en mode sieste. Il entend bien faire encore quelques emplettes. "On veut devenir le leader du cocooning, avance-t-il. Or, dès 2022, les dossiers de reprise d'entreprises en difficulté vont se multiplier." Non, décidément, ce n'est pas la crise pour tout le monde.

La couette la plus chère du monde est en duvet d'eider

14.300 euros ! C'est le prix astronomique qu'a payé en décembre dernier une cliente russe pour une couette format 220 x 240 centimètres. "Une commande spéciale composée à 100% de duvet de canard eider, le plus léger et le plus chaud qui existe", révèle Laurent Delaveau, directeur de la manufacture Drouault rachetée par le groupe Dodo en 2004. Très rare, le duvet de cette espèce protégée d'Islande est prélevé dans les nids à la main. Réservées aux pays froids, ces couettes de luxe ? "Non, nos principaux clients sont dans les Emirats, pour se protéger de la clim...", précise Laurent Delaveau.

>> Héritage, donation : comment transmettre plus et sans impôts. C'est la Une du nouveau numéro de Capital. Accédez en quelques secondes à cette édition à partir de 3,35 euros.

En savoir plus : ENTREPRISE FAMILIALE TEXTILE

© MAGAZINE CAPITAL

Green Economie

Mode durable: en Alsace, Emanuel Lang ressuscite le lin textile made in France

Par Agathe Beaujon le 29.06.2021 à 07h30

Lecture 8 min.

REPORTAGE - En Alsace, les tissages Emanuel Lang raniment une filière lin made in France.



Christian Didier, directeur général de l'usine Emanuel Lang, unique filature de lin en France, présente une bobine de fil de lin.

AGATHE BEAUJON/CHALLENGES

1,2 milliard de tonnes de CO2. A elle seule, la mode représenterait 2% des émissions mondiales de gaz à effet de serre, sans compter la consommation d'eau ou les effets sur la biodiversité. Face à ce constat, l'expérimentation d'un éco-score a été adoptée en première lecture de la loi Climat à l'Assemblée; il sera prioritairement déployé dans le secteur de l'habillement. A l'image du nutri-score, les marques sélectionnées pourront afficher la note environnementale de leurs produits, avant une généralisation de l'étiquetage en 2022. Dans la même lignée, seuls les vêtements dont 100% du processus de fabrication a lieu en France pourront arborer un drapeau tricolore. Mais certains acteurs textiles français n'ont pas attendu le législateur pour s'engager dans une production textile éco-responsable, réellement *made in France*. Reportage dans les tissages Emanuel Lang, unique filature française de lin et pionnière de la relocalisation textile.

LIRE AUSSI

Après le Nutri-Score, bientôt un score CO2 sur les produits de consommation?

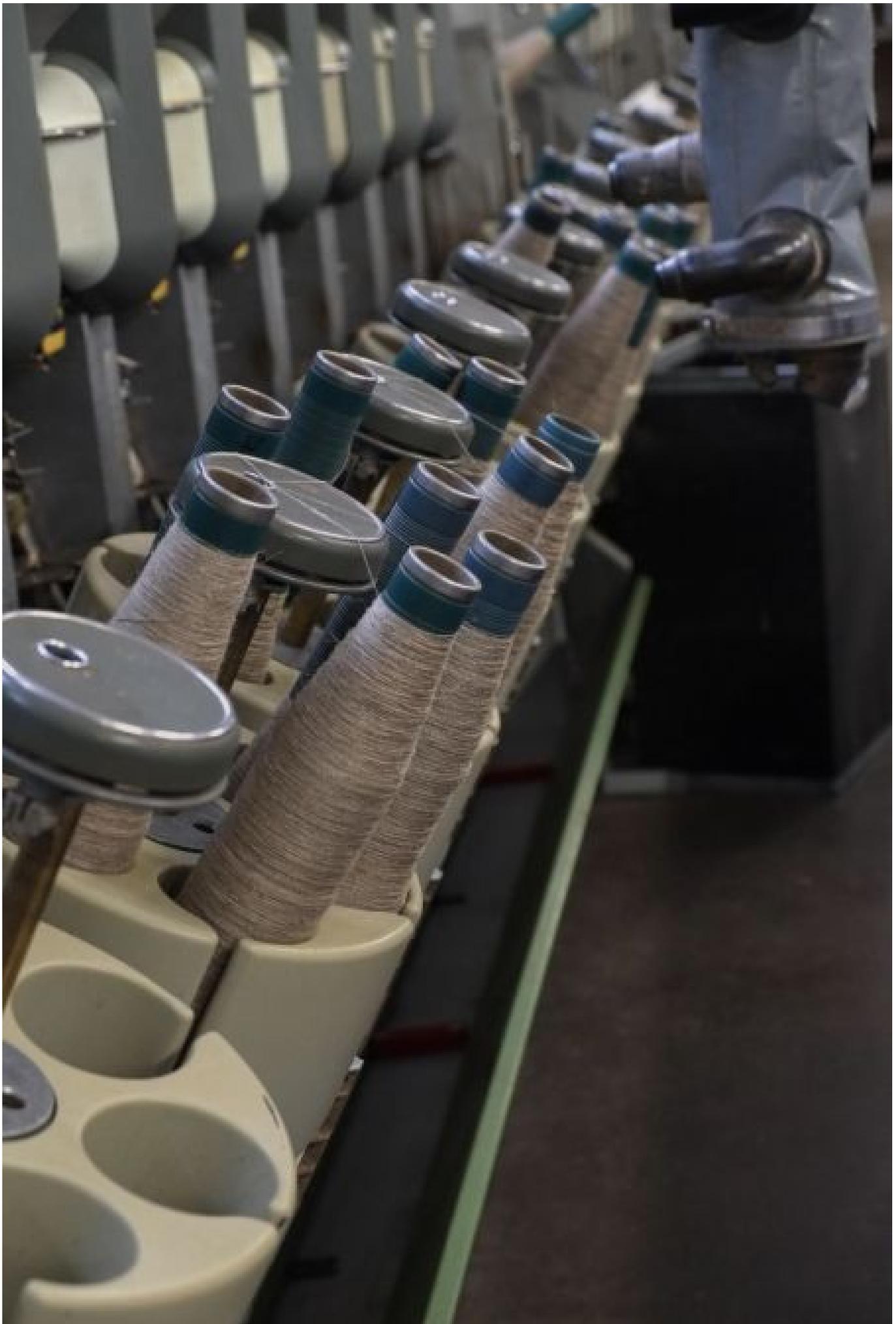
Dans la campagne alsacienne, à quelques kilomètres de Mulhouse, Emanuel Lang fait travailler plus de 30 personnes. Située à Hirsingue, l'usine ranime une filière du lin textile français que la mondialisation avait fait disparaître de l'Hexagone. La France est pourtant le premier producteur mondial de lin textile; la Normandie fournit à elle seule la moitié de la production mondiale. Mais jusqu'à la mise en route de la filature Emanuel Lang à l'automne 2019, le lin récolté en France était filé en Pologne... ou en Chine.



Bobines de fil dans l'usine de tissage Emanuel Lang, qui travaille pour des marques premium comme Hugo boss, Sandro, Maje ou Agnès B. Crédit: Agathe Beaujon

Unique filature de lin en France

Menacée de liquidation judiciaire en 2013, l'entreprise Emanuel Lang est rachetée par Pierre Schmitt, associé à Christian Didier, l'actuel directeur général de l'usine, refusant de voir détruites les capacités de production des tissages. Pierre Schmitt, déjà à la tête de Velcorex, de Philea, des tissages de Chaumes et de Matière française, a ensuite voulu ajouter une corde à son arc. En plus du tissage et des finitions (lavage, teinture, blanchiment...), il s'occupera également du filage, l'étape qui permet de passer d'une fibre végétal à un fil pouvant être tissé. C'est finalement en 2019 qu'il saute dans un avion, accompagné par Christian Didier et un retraité de l'entreprise alsacienne Schlumberger, spécialiste des machines textiles, (l'un des rares à avoir le savoir-faire nécessaire), pour racheter un lot de machines à filer hongroises.



Les machines à filer le lin, achetées en Hongrie en 2019, produisent les premières bobines de lin 100% françaises depuis 20 ans. Crédit: Agathe Beaujon

Aujourd'hui, si les affiches d'instruction sont toujours en hongrois, ces machines produisent désormais les premières bobines de fil de lin 100% françaises depuis 20 ans. Cinq ouvriers y sont affectés, réunissant des anciens du textile alsacien, et de jeunes issus des écoles d'ingénierie textile. Emanuel Lang devrait passer à deux équipes en septembre, puis trois début 2022. De quoi filer environ 100 tonnes de lin par an aujourd'hui, l'équivalent de plus de 20.000 jeans; 400-500 tonnes à terme (sur environ 150.000 tonnes cultivées en France). "Avant le XVIIe siècle, il n'y avait pas de coton en Europe, mais du lin, du chanvre et de l'ortie, raconte Pierre Schmitt. L'industrie doit se greffer sur la matière première locale."

LIRE AUSSI

Ces marques qui abusent du
Made in France

Car qui dit local dit traçable, condition *sine qua none* pour assurer l'éco-responsabilité d'un produit. "Une grosse partie du coton peut être remplacé par du lin, renchérit Pierre Schmitt. Toute la planète a travaillé sur le coton pendant des dizaines d'années, il faut aujourd'hui mobiliser la technique sur le lin". Et pour cause, selon une étude réalisée par la start-up spécialisée Fairly Made, il faut 8.000 litres d'eau pour produire un jean en coton contre 80 litres pour un jean en lin. D'autant que le lin filé et tissé par Emanuel Lang parcourt moins de 1.000 kilomètres. "La preuve est faite de la pertinence écologique du local", insiste Pierre Schmitt.

Cumuler les marges

Mais comment reconstruire une filière économiquement viable après des décennies de délocalisation? Grâce à l'intégration de la filature dans un groupe, répond Pierre Schmitt: "La filature n'est pas encore rentable, elle est en début de chaîne, c'est là que les marges sont les plus faibles. Mais en l'intégrant avec le tissage et la finition, on s'en sort en cumulant les marges."







Le lin de la fibre au rouleau de tissu non assoupli, dans l'usine Emanuel Lang. Crédit: Agathe Beaujon

L'entrepreneur mise aussi sur l'innovation: "Nous avons fragmenté les activités avec la mondialisation. On manque de culture globale. Nous avons besoin de recréer un écosystème de proximité pour innover. Pendant 20 ans, la bobine de lin n'a pas évolué, alors que depuis que nous avons relancé la filature, on a fait des bonds incroyables". La filature Emanuel Lang a notamment développé en exclusivité avec Schlumberger une machine pour filer du lin le plus fin possible selon la technique de la filature à sec, moins nocive pour les ouvriers que le filage au mouillé permettant de faire du fil fin de chemise. Pas d'humidité excessive ou de produits toxiques à respirer dans les murs d'Emanuel Lang, seul le bruit et la chaleur peuvent compliquer le travail des employés."

LIRE AUSSI

Le Made in France, antidote au Covid-19?

"Aujourd'hui nous produisons surtout du fil pour du jean, mais rien n'interdit de penser que dans un an on puisse arriver à faire une chemise", veut croire Pierre Schmitt. Et les investissements sont déjà en route. Dans le cadre du plan de relance, Emanuel Lang va investir 15 millions d'euros en partenariat avec Schlumberger, pour développer la filature au sec au maximum, et au mouillé dans les meilleures conditions possible, pour "recréer une filière française de la plante au consommateur".



Un ouvrier d'Emanuel Lang travaille à l'ourdissage du lin, étape qui consiste à défaire les bobines pour enrayer les fils sous une même tension et de manière parallèle selon un ordre précis avant le tissage. Crédit: Agathe Beaujon Production du lin, filage, tissage, finitions...

Les pièces issues d'Emanuel Lang frôlent le 100% made in France. Manque encore la teinture -il n'existe a priori pas de filière industrielle de colorants naturels en France-, et la confection. Mais sur ce point, les alsaciens envisagent déjà de s'associer à un Esat voisin pour lancer un atelier à proximité.

Pour quel prix? Un mètre de jean classique produit en Turquie coûte 4-7 euros à la confection, contre 15 euros pour un jean en lin minimum, assure la filature. "Mais le prix du jean turque n'intègre pas les externalités négatives sur l'environnement, le coton devrait être plus cher", martèle Pierre Schmitt. D'où l'importance de l'engagement des clients. Pas la peine de miser sur le prêt-à-porter bas de gamme ou la grande distribution, "ils ne payent pas le prix". Emanuel Lang fournit surtout des marques premium comme Comptoir des cotonniers, Caroll, Sandro, Maje, Agnes B, Marco Polo... et des PME engagées, à l'image d'Asphalte.

Asphalte

Lancée fin 2016, Asphalté a un credo: produire des pièces du vestiaire masculin intemporelles de qualité, à l'opposé de la *fast fashion* qui encourage à acheter toujours plus, au prix d'un impact environnemental colossal. Pas de nouvelle collection tous les six mois, les pièces sont lancées au fur et à mesure, et très peu de stock. Le client précommande son produit, ce qui permet à Asphalté de lancer la fabrication. Il faut donc patienter jusqu'à trois mois avant de recevoir son achat, et Asphalté applique un coefficient de marge de 2 à 3 contre 3 à 10 dans le reste de l'industrie. Résultat, les prix restent raisonnables. Comptez 39 euros pour un t-shirt. Et si la marque est encore loin d'être 100% *made in France*, ou même *made in Europe* (son coton est indien), elle tente d'améliorer son impact en toute transparence avec l'acheteur. Aidée par Fairly Made, Asphalté a évalué chacun de ses produits et affiche ses performances environnementales sur son site: consommation d'eau, d'énergie et émissions de CO2.

Clientèle des tissages Emanuel Lang, la PME y fait par exemple fabriquer la doublure de ses futurs blousons, mais son lin est encore filé en Italie, au mouillé, pour produire des chemises, avant d'être tissé par Emmanuel Lang, tandis que la confection est réalisée au Portugal, en Roumanie ou en Hongrie.



Les métiers à tisser Emanuel Lang tissent la doublure des prochains blousons Asphalté. Crédit: Agathe Beaujon

Ce qui n'empêche pas de nouer une relation de proximité avec l'usine alsacienne. En mai 2020, quand une partie de ses locaux et des métiers à tisser ont brûlé dans un incendie, Asphalte a été à l'origine d'une cagnotte pour soutenir son fournisseur. Plus de 60.000 euros ont été collectés. "Du jamais vu en trente ans de métier" souffle Christian Didier. Aujourd'hui, l'activité a pu reprendre, avec une quinzaine de machines encore à restaurer. Et Asphalte espère bien prolonger la relation, par exemple en les encourageant à installer des panneaux solaires. Constance Chassany, responsable Achats, production et impact à Asphalte semble avoir été (à moitié) entendue. "L'énergie est notre gros point noir, concède Christian Didier, nous fonctionnons avec une chaudière au fioul lourd. Mais nous allons investir 500.000 euros pour passer à un système au gaz et à l'hydrogène recyclé d'ici à la fin d'année."

Une démarche cohérente avec les ambitions éco-responsables de Pierre Schmitt. Emanuel Lang se lance notamment sur le marché des matériaux composites comme des coques de bateaux ou d'avion en lin. "Le textile a été le moteur de la révolution industrielle, les matières biosourcées peuvent être le moteur de la révolution écologique", rêve l'entrepreneur.

Interview: Thierry Emin , Dirigeant du Groupe Billon & d'Aura Evolution

NADÈGE RIGHI IL Y A 4 SEMAINES

744



De la délicate étoffe de soutien-gorge au tissu haute performance pour l'aéronautique, n'y aurait-il qu'un pas, qu'une maille, à franchir ? C'est effectivement le cas au sein de la société française Billon, spécialiste de la création et la fabrication de ces tissus maille, reconnue dans le monde entier pour sa créativité et sa capacité d'innovation.

L'intégration complète de son outil de production est une des grandes forces de **Billon**. De la création des tissus à leur finition, toutes les étapes de fabrication sont réalisées dans ses ateliers situés dans l'Ain, grâce à son vaste parc machines à la pointe des technologies maille (tricotage circulaire ou rectiligne, jacquard électronique, etc), modernisé en permanence, et à son unité de teinture intégrée.

Thierry Emin est un homme de convictions, attaché aux valeurs fondatrices du sport. Président du club de rugby d'Oyonnax, c'est avec cet esprit d'engagement collectif qu'il préside le groupe Billon intégrant deux départements, Billon Design dédié à la lingerie et au balnéaire, et Billon Technic, dédié aux tissus à usage techniques et à hautes performances (thermiques, mécaniques, bioactifs...), mais également l'usine de teinture Alberti. Son engagement va jusqu'au produit fini, puisqu'il est également à la tête de la marque de vêtements de sports Aura Evolution.

Des entreprises 100% made in France qui, sous l'impulsion de leur dirigeant, misent sur l'innovation, la fabrication locale, le recyclage et l'économie circulaire, et bien entendu les valeurs humaines. **Thierry Emin** a accepté de nous présenter son projet pour l'avenir, ses ambitions et les challenges à relever aux côtés d'une équipe motivée, forte d'une expérience unique, agile, créative et solidaire dans un environnement souvent complexe à appréhender.

Vous avez racheté la société Billon début 2020, alors même que vous n'aviez jamais travaillé dans le secteur textile auparavant. Pourriez-vous nous expliquer ce qui a motivé votre choix ?

Après la cession de l'entreprise Emin Leydier en 2018, au sein de laquelle j'avais passé près de 30 ans, une réflexion s'est naturellement imposée sur une possible reconversion. Je suis profondément attaché au monde industriel, et c'est d'une rencontre avec Mr et Mme El Awa, dirigeants de la société Ain Fibres, qui a éveillé mon intérêt pour ce secteur textile que je ne connaissais pas. Leur projet autour du filage de fibres synthétiques techniques, en particulier le polypropylène, intégrant un process durable et circulaire, présentait un réel intérêt. Aussi après avoir échangé avec eux, apporté mon expérience, j'ai acquis une part minoritaire d'Ain Fibres.

Une première étape vers un projet plus global puisque nous avons assez vite décidé de proposer un produit fini à base de polypropylène pour mieux accéder au marché. C'est ainsi que j'ai concrétisé mon propre projet de reconversion et qu'est née en 2019 Aura Evolution, marque de vêtements de sports fabriquée à base du fil Dynalen, et dans laquelle c'est cette fois Mr El Awa qui a une participation minoritaire ! Comme dans toute phase de lancement, il a fallu faire connaître la marque, avec comme argument fort la combinaison entre fibre technique innovante et fabrication française. L'objectif était clairement de se différencier sur un marché très concurrentiel, donc sans sourcing à l'étranger. Ma fille m'a alors rejoint pour s'occuper de cette activité de communication. Nous avons travaillé dès le début d'Aura Evolution avec les partenaires locaux, tout naturellement avec la société Billon pour se sourcer en tissu maille coupé-cousu, et avec des confectionneurs en région.

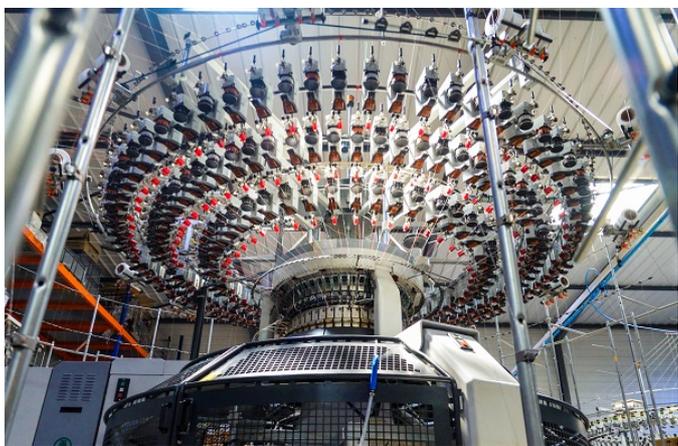
En janvier 2020, le précédent dirigeant de Billon m'a fait part de son souhait de cesser son activité et de trouver un repreneur. Il m'a alors semblé logique de faire une offre, malgré les difficultés que connaissait alors Billon, car le potentiel existait bel et bien. Après une nécessaire phase de recapitalisation financière et de réorganisation de l'activité de Billon mais aussi d'Alberti, nous étions prêts...alors même que la crise du covid naissait ! Passé l'inquiétude légitime de cet atypique printemps 2020, et les banques nous ayant assuré de leur soutien, nous nous sommes dès avril rapidement mobilisés autour de la production de masques et de surblouses, en apprenant comme beaucoup d'autres acteurs à fabriquer ces produits dans l'urgence. Cette production inattendue a pu être réalisée grâce à la proximité des acteurs et à la quasi intégration de la chaîne de production. Nous avons très vite développé un tissu maille chez Billon avec du fil Dynalen, évalué comme efficace pour un masque grand public en termes de filtration et respirabilité par la DGA et IFTH. La confection a été réalisée par des acteurs locaux également mobilisés. Et nous avons pu distribuer les masques via Aura Evolution sur le marché dès avril 2020. Un an après, nous avons ainsi été capables de transformer la crise en opportunité, de relever le challenge de redresser financièrement l'activité de Billon, et de promouvoir la marque Aura Evolution. Les équipes peuvent être très fières de leur mobilisation.

Après cette année 2020 atypique, et une première phase de relance de l'activité, vers quel projet industriel durable vous projetez-vous ?

Nous avons pu embaucher un directeur d'exploitation très expérimenté, et c'est un véritable atout pour notre développement. Si je sais diriger une activité, et même si les derniers mois nous ont poussé à repousser les limites de nos connaissances en un temps record, j'ai toujours pour ma part beaucoup à apprendre de ce métier et les échanges sont absolument nécessaires avec les équipes.

Nous sommes en train de créer un modèle qui n'existe à priori pas sur le territoire, de l'usine de filage au produit fini, en passant par le tricotage et l'ennoblissement et notre réseau de confectionneurs. C'est une conviction liée à mon expérience précédente dans un secteur où nous étions semi-intégrés et où j'ai toujours pensé qu'il faudrait avoir un lien direct avec la matière première. Je suis persuadé que cette modélisation sera l'une de nos principales forces dans les mois et années à venir.

L'activité historique de Billon sur le segment du balnéaire doit maintenant être confirmée et pérennisée sous la bannière Billon Design, car son savoir-faire est reconnu en ce domaine. Les ambitions sont fortes par ailleurs dans le domaine de la maille technique, cette fois-ci sous la bannière Billon Technic, avec les fils déjà



utilisés tels que polyester, mais aussi le polypropylène avec le Dynalen comme fil fonctionnalisé antimicrobien, et de plus en plus avec des matières recyclées. Notre plan de développement est particulièrement basé sur le segment du sportswear technique, avec un plan d'investissement important dans le cadre du plan national de relance économique, de l'ordre d'1,5 millions d'euros et dédié à l'acquisition de machines pour les produits chausants et le seamless. Notre objectif est très

clairement de devenir l'acteur de référence sur les produits seamless dans le domaine du sport en France.

Tout ceci nous amènera très certainement à opérer à court ou moyen terme un regroupement de nos deux unités industrielles, Billon et Alberti, sur un même site géographique.

Aujourd'hui, pas de pérennité d'entreprise en France sans innovation, comment celle-ci se traduit-elle au quotidien dans le Groupe ?

Billon opère depuis plusieurs années avec son propre service de recherche et développement. Pour mener à bien nos projets, nous renforçons ces capacités et avons récemment recruté deux nouveaux ingénieurs textiles, pour Billon et pour Aura Evolution. Le recrutement d'une styliste est par ailleurs en cours chez Aura afin de travailler sur le design des produits finaux.

Comme Billon a pu être innovant auparavant, en utilisant par exemple les tous derniers développements des fibres élastiques de Lycra®, les échanges et le travail en partenariat avec les fournisseurs reste vraiment essentiel. Cela est d'autant plus vrai dans le domaine de nouvelles matières recyclées qui reste encore à

inventer et à exploiter. Peut-être pourra-t-on bientôt utiliser de l'élasthanne recyclé ?!

Traçabilité, durabilité, responsabilité sociale sont au cœur des problématiques de la filière textile-habillement , quels sont les projets ou actions mis en œuvre chez Billon ?

Un de nos axes de développements fort est la durabilité et l'économie circulaire, c'est pourquoi au-delà de l'achat de fils de polyester recyclé, nous travaillons sur l'intégration, en amont de la chaîne, d'une étape de recyclage. L'objectif est, grâce à un consortium d'entreprises du textile mais aussi de la plasturgie, car nous sommes au cœur de la Plastic Valley de l'Ain, de créer une véritable filière locale de récupération, tri et valorisation de déchets post-industriels, des déchets industriels banals (DIB) sur le territoire. L'idée est de pouvoir par exemple récupérer des flacons cosmétiques en PET pour les transformer localement en fibres puis en vêtements .

Il faut arrêter le « plastique-bashing », car ce plastique nous est nécessaire dans notre vie quotidienne, mais il est absolument indispensable de repenser son cycle de vie de façon plus globale et sa circularité, trouver de nouvelles solutions durables pour mieux l'exploiter.

Il y a également une tendance de fond vers le sourcing « bio », au-delà de la matière textile. Nous travaillons chez Alberti, au sein de notre laboratoire, sur des colorants plus naturels, biosourcés...qui puissent répondre aux attentes du marché. Mais c'est un domaine dans lequel les contraintes scientifiques sont encore fortes, et les changements se font plus lentement.

De façon générale, un progiciel de gestion ou ERP a été installé chez Billon mais également chez Alberti ces deux dernières années afin que d'avoir une réelle visibilité et une meilleure connaissance des flux dans l'entreprise. C'est donc également un outil à part entière pour tracer la chaîne de production. Nous avons également adopté la certification ISO 9001, et plus particulièrement pour le textile la certification Oeko-Tex Standard 100 qui assure de la qualité de nos produits et de notre respect des normes en vigueur. Par ailleurs, nous travaillons sur une prochaine certification des tissus à base de matières recyclées, basé sur le label Global Recycled Standard (GRS).

Vous venez de citer le recyclage de déchets finaux industriels, mais il existe une grande problématique autour des déchets post-consommation. Le projet de recyclage de masques chirurgicaux engagé avec d'autres acteurs locaux est-il une première réponse dans ce domaine?

Effectivement nous sommes en train de mettre en place cette filière de valorisation des déchets post-consommation, à travers le recyclage des masques chirurgicaux. Ce sont des industriels d'Oyonnax qui travaillent déjà sur le recyclage de matières qui se sont penchés sur cette problématique. Les tonnages de nontissés utilisés pour les masques et les surblouses sont extrêmement importants et les entreprises ne savent pas encore comment gérer ces déchets post-utilisation.

Plusieurs phases sont nécessaires après la collecte, avec tout d'abord le lavage et la décontamination des produits, puis la séparation du nontissé, des barrettes nasales et des élastiques qui ne peuvent entrer dans un cycle de recyclage. C'est l'étape la plus délicate du process car ce tri doit être minutieux pour ne pas causer

de potentiels dommages aux machines de filage. Une fois ce tri effectué les nontissés sont découpés, broyés en granules qui seront extrudés pour faire du fil de polypropylène. Notre objectif est d'avoir une filière de recyclage en capacité de traiter à une échelle industrielle les masques et surblouses usagés dès la fin de l'été 2021. Ensuite il nous faudra gérer les volumes à traiter qui risquent d'être rapidement importants. De grandes entreprises nous ont déjà fait savoir qu'elles étaient très intéressées par ce process pour une valorisation de leurs déchets en textiles.

Nous communiquerons d'ailleurs très prochainement sur le recyclage puisque nous sommes en cours de développement de maillots et t-shirts fabriqués à partir de déchets post-consommation, sous la marque Aura Evolution, à l'occasion de l'étape du Tour de France à Oyonnax en juillet prochain. Une belle occasion de promouvoir ce projet issu des savoir-faire locaux de la plasturgie et du textile, et une concrétisation de la mobilisation des industriels et acteurs économiques autour du recyclage et de la durabilité.

Les valeurs du sport paraissent extrêmement importantes et fondatrices de votre projet d'entreprise ; sans engagement collectif, pas de réussite possible ?

Lorsque j'ai créé Aura Evolution, l'objectif était de pouvoir répondre aux besoins des sportifs que je côtoie depuis plusieurs années. Mon expérience personnelle et les échanges avec les joueurs ont révélé toute la difficulté à trouver des vêtements de sport adaptés aux contraintes de l'effort physique, celles du sport de haut niveau, donc des vêtements techniquement performants et très confortables. Les cahiers des charges des vêtements de sport développés chez Aura Evolution sont le résultat d'un travail effectué directement avec les sportifs.

Au-delà du produit, ce sont toutes les valeurs fortes du sport qui nous anime au quotidien, en particulier la valeur du collectif et de l'effort fourni ensemble pour atteindre l'objectif. Elles sont le socle sur lequel repose tout notre projet de relance et de développement. Le nouveau souffle apporté par la mobilisation autour des masques illustre très bien la notion d'équipe, de solidarité au sein de l'entreprise. Le financement d'une activité ne construit pas une équipe ; ce sont des valeurs communes qui la soude. Et les récents recrutements confirment cette dynamique. Vous pouvez donner tout l'or du monde aux meilleurs joueurs, vous ne ferez pas gagner l'équipe s'il n'y a pas de solidarité, de cohésion entre eux !

Si elle repose en grande partie sur ces valeurs, la notion de Responsabilité sociale et environnementale est plus formellement inscrite chez Billon grâce à la signature l'année d'un accord de performance collective qui permet d'associer nos collaborateurs à la performance de l'entreprise. Et sur l'aspect environnemental, de nombreuses questions se posent actuellement sur les moyens de réduire nos émissions, nos effluents, nos rejets, et de devenir une entreprise toujours plus performante et plus respectueuse de notre planète. La teinture est une activité contrôlée en permanence, et les prochains investissements incluront des moyens supplémentaires dédiés aux économies d'énergies et à la limitation accrue de l'impact sur l'environnement.

Est-il actuellement difficile de recruter de nouveaux collaborateurs au sein d'une entreprise textile comme la vôtre ?

Nous n'avons pas eu à ce stade du projet d'entreprise de difficultés à recruter. Nous cherchions plutôt des profils qualifiés, spécialistes de l'ingénierie textile, et cela s'est fait facilement. Concernant les trois récentes embauches d'opératrices en bonneterie, nous avons reçu des candidates sans emploi très motivées pour travailler, pas forcément préalablement qualifiées sur les postes à pourvoir mais que nous avons simplement choisi d'accompagner et de former en interne. Elles sont aujourd'hui épanouies dans leur activité, et c'est une grande satisfaction humaine et professionnelle que de réussir à transformer ces essais-là.

Nous avons la chance d'avoir une bonne transmission des savoirs et savoir-faire en interne, ce qui permet de les préserver et de garantir la continuité des process dans le temps. Et pour aller jusqu'au bout de cette aventure humaine, renforcer encore un peu plus la cohérence du projet de circuit court, nous travaillons actuellement avec un atelier de réinsertion local pour établir un atelier de confection dans l'Ain.

La personnalisation des produits est une demande en croissance du marché de l'habillement, au même titre que le Made in France. Deux axes sur lesquels vos entreprises sont parfaitement alignées ! Est-ce réellement différenciant pour votre activité aujourd'hui ?

La fabrication française est très clairement un atout pour tous les développements menés chez Aura Evolution. A plus long terme nous souhaitons aller vers une certification d'origine, de type Origine France Garantie, pour promouvoir cet avantage au plus près du consommateur final.

Billon est historiquement reconnu pour sa capacité d'adaptation, sa flexibilité, son agilité, et nous travaillons énormément sur des petites séries et sur de la personnalisation. Même si nous souhaitons à terme trouver un équilibre avec plus de grandes séries, c'est une réelle force de la société. Notre parc machine est assez diversifié pour répondre à toutes les typologies de demande aujourd'hui, que ce soit des petits ou grands volumes. Du côté des textiles techniques, nous développons en interne nos propres tissus afin d'être de plus en plus force de proposition sur les différents marchés, de l'automobile, de l'aéronautique, du sport ou autres, mais nous travaillons également sur cahier des charges selon les besoins spécifiques des clients.

Les clients historiques de Billon viennent avant tout pour le savoir-faire avant la fabrication locale. Même si c'est une entreprise du patrimoine vivant, elle reste une entreprise française au profil jeune et moderne. Billon is back !

Sur quels leviers l'industrie textile française peut-elle agir selon vous pour relever le défi de la pérennité et de la durabilité ?

L'innovation !

La filière textile française souffre du même mal que les autres secteurs industriels nationaux, avec une faible capacité à réaliser qu'elle peut être réellement compétitive. Certains coûts restent certes plus élevés qu'à l'étranger, mais les méthodes d'automatisation totale ou partielle de process dont nous disposons aujourd'hui doivent nous faire reconsidérer l'activité industrielle sous un autre angle, non plus celui de la compétitivité prix, mais celui de la qualité, de la différenciation par l'innovation, de la performance durable.

C'est en train de changer, et en France, si un entrepreneur est innovant il peut être vraiment aidé et soutenu financièrement pour investir, limiter les risques et se développer... alors n'hésitons plus à créer ou à recréer les filières industrielles de demain.

Propos recueillis par N.Righi – Juin 2021

Visuels: Billon

L'entreprise Innothera représentera les Vosges à l'Elysée pour l'exposition Le Fabriqué en France

Mardi 22 juin 2021 à 6:59 - Par Isabelle Baudriller, France Bleu Sud Lorraine



Le fabriqué en France, mis à l'honneur les 3 et 4 juillet à l'Elysée à Paris, à l'occasion d'une exposition. 126 produits issus de tous les départements feront leur entrée au palais présidentiel. L'entreprise Innothera de Nomexy représentera les Vosges avec son collant de compression Smartleg.



Ce sont les collants Smartleg d'Innothera qui seront présentés au palais présidentiel les 3 et 4 juillet - INNOTHERA

Elle représentera les Vosges lors de l'exposition "Le Fabriqué en France" à l'Elysée les 3 et 4 juillet : l'entreprise Innothera, basée à Nomexy et spécialisée dans le textile médical, a été sélectionnée.

Forte de 300 salariés, Innothera fabrique bas, chaussettes et collants de compression. Au palais présidentiel, **l'entreprise présentera sa dernière innovation**: le collant Smartleg. *"C'est un magnifique collant mode avec des motifs", lance Arnaud Gobet, PDG du groupe Innothera. "C'est également un traitement médical de la maladie veineuse. Il faut combiner les exigences esthétiques avec les exigences techniques nécessaires pour l'efficacité, c'est-à-dire une pression à la cheville bien contrôlée, une dégressivité de la pression et une adaptation morphologique."*

Pendant le premier confinement, Innothera s'est lancée dans la fabrication hebdomadaire de 15 000 masques réutilisables, tous offerts. Fabrication stoppée depuis. Les ventes de dispositifs de compression avaient alors reculé de 60%, les trois quarts de l'effectif avaient été mis au chômage partiel. Aujourd'hui ? *"On est reparti sur une base sensiblement meilleure que l'année dernière", indique Arnaud Gobet. "Mais on est quand même en gros entre moins 5 et moins 10% de la situation des marchés en 2019, avant le covid."*



Dans les ateliers de production à Nomexy - INNOTHERA

En septembre 2020, le Groupe Innothera a repris le **contrôle de la société Gibaud**. *"Elle est très complémentaire de notre activité puisqu'elle fabrique des produits d'orthopédie. C'est également une entreprise centenaire, française. Ça conforte notre position d'industriel en France", souligne le PDG.*

- Chaque département français est représenté par une entreprise et un produit à cette exposition Le Fabriqué en France. **Pour la Meurthe-et-Moselle, c'est le fabricant de chalumeaux Le Lorrain Hampiaux qui a été sélectionné.**

Castex présente sa collection bio à l'Élysée

Rubriques : [Créateurs d'Avenir](#) [Economie](#) [Landes](#) [Patrimoine](#)

Le 25 Juin. 2021

La manufacture dacquoise a été sélectionnée pour la Grande Exposition du Fabriqué en France, avec son édredon en pur duvet neuf de canard signant ses 150 ans...

Depuis quatre générations, l'entreprise familiale dacquoise est spécialisée dans le traitement des plumes et duvets. Son savoir-faire sera mis à l'honneur les 3 et 4 juillet prochains.

126 produits français ont été sélectionnés pour participer à la 2e édition de la Grande Exposition du Fabriqué en France, représentant chacun l'un des 101 départements de métropole et d'Outre-mer et l'excellence des producteurs, artisans, industriels et entreprises de France.

Les différents produits sélectionnés répondent à des critères bien précis. Ainsi, chacun d'entre eux a été réalisé au minimum à 50% en France. Leur dimension écoresponsable a également été attentivement étudiée par le jury.



Au Palais de l'Élysée, les visiteurs pourront découvrir les édredons de la collection anniversaire de la Manufacture Castex, créée en 1870 à Dax et certifiée Origine France Garantie pour ses gammes en duvet et plumettes de canard.

Labellisée Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV) depuis 2016, la Manufacture Castex fabrique désormais une gamme entièrement bio de couettes et oreillers en pur duvet neuf de canard ou d'oie -et labellisée Oeko-Tex 100, qu'elle propose dans un packaging recyclé et recyclable.

En 2020, la Manufacture Castex a donc fêté ses 150 ans. Pour les célébrer, elle a décidé de créer une collection inédite en édition limitée. « *C'est un anniversaire important, nous voulions marquer le coup. Nous avons fait appel au studio de design La Racine afin de concevoir une collection signature et aux Tissages Moutet pour fabriquer le tissu. Cette collection représente nos valeurs : le beau, le simple, le naturel et le local* », raconte Béatrice Nalpas-Cala, directrice des opérations chez Castex.



Entre tradition et renouveau...



Composée d'un édredon, le produit iconique de la manufacture (exposé à l'Élysée), d'un couvre-pied et d'un coussin, garnis en duvet neuf de canard français (décliné en deux coloris : bleu océan et beige-rosé), cette collection de 300 pièces rend hommage à 150 ans de tradition française autour du sommeil et de la transmission des savoir-faire.

« *Nous voulons conserver notre simplicité et nous concentrer sur l'essentiel : des produits aux matières nobles, sans artifice, mais en privilégiant les belles matières, le coton bio et les savoir-faire locaux* », note Béatrice Nalpas-Cala.

Du projet au produit fini, il a fallu entre 50 et 100 heures de travail (d'essais, de garnissage, de picage) aux équipes de la Manufactures Castex. Il faut compter pas moins de deux heures de travail pour confectionner un édredon, fabriqué en jacquard. Cette collection a été un véritable défi pour la manufacture landaise, habituée à travailler avec des matières plus souples et moins épaisses.



C'est en entendant parler de la deuxième Grande Exposition du Fabriqué en France par le biais de l'association des EPV des Landes, du Pays basque et du Béarn que la Manufacture Castex décide de déposer sa candidature. « *Avoir été choisi pour cette exposition est une fierté et une récompense. Toute l'équipe s'est donnée à fond sur ce projet et chacun a apporté sa pierre à l'édifice* », confie la directrice des opérations.

rebond du textile Episode 3/19 de notre enquête

le 10 juin 2021 - Laurie Joanou - [Textile](#)



La place du textile médical dans la Loire reflète le dynamisme de cette filière historique. Des savoir-faire qui maillent le territoire et en font la première concentration en Europe de textile de santé, avec 60 % de la production du textile médical français.

Avec 2 200 entreprises, l'industrie textile française emploie plus de 61 000 salariés. En Auvergne-Rhône-Alpes, cela représente 600 entreprises et 17 000 salariés. Avec 3,5 Md€ de chiffre d'affaires consolidé, l'industrie textile auralpine n'a pas à rougir face aux médisants qui ne retiennent que le passif de fermetures et délocalisation. Le territoire a malgré l'histoire su miser sur la maille, qui se taille une place de choix dans l'économie. Pierrick Chalvin, délégué général d'Unitex Auvergne-Rhône-Alpes précise : *"On représente entre 26 et 28 % des chiffres nationaux du textile et la Loire est le département qui compte le plus d'entreprises et de salariés"*.

Transformation du fil, tissage, tricot, anoblissement, fabrication... toute la chaîne valeur du textile est représentée et répond aux enjeux du Made in France : la traçabilité et la transparence, ainsi que l'emploi local et la réduction de l'empreinte carbone liée aux transports. La Loire compte des compétences de niche. AJ Biais en est le parfait exemple. Dirigée par Guillaume Jabouley et Raphael Laval, l'entreprise spécialisée dans le biais depuis 125 ans (bandes de tissus utilisées en bordure des textiles), s'est lancée sur le marché du textile technique en produisant un biais en Cordura® pour Invista, capitalisant sur son savoir-faire pour déployer sa technique sur des textiles résistants au feu et aux situations extrêmes.

La mode et l'habillement représentent 45 % du chiffre d'affaires global du textile en région. La Fée Maraboutée, Le Pyjama français, Létol, Les Tricots de Marcel... autant de marques qui tissent leur toile, fort des fabricants du cru. Les textiles techniques représentent 45 % également du CA et le restant du marché est issu de la filière décoration.



©Sigvaris

La crise sanitaire, les magasins fermés, l'aéronautique et l'automobile en souffrance... ont impacté les entreprises du territoire, qui voient leur visibilité réduite, passant de 4 mois à 4 semaines actuellement. Ces filières devraient cependant reprendre des couleurs d'ici la fin des périodes de confinement. En parallèle : les secteurs de l'équipement de protection, de l'élastique ou encore de l'ameublement *"ont été orientés à la hausse"*, décrypte Pierrick Chalvin. Quant au luxe, *"la baisse des ventes en Europe a été compensée par des hausses en Asie, qui ont rouvert le commerce rapidement"*. Pour autant, un certain nombre d'entreprises ont répondu aux appels à projet découlant du Plan de relance pour l'investissement productif.

Les Tissages de Charlieu, dirigée par Eric Boël, prévoit un investissement de 8 M€ pour relocaliser la fabrication jusque-là

asiatique de 12 millions de cabas en tissu et de créer d'ici à 2023, 46 nouveaux emplois. L'entreprise qui pèse près de 8M€ de CA et a fait parler d'elle avec le lancement de la fabrication de masque en temps utile, compte aujourd'hui 70 salariés.

La région stéphanoise forte de ses leader Thuasne, Gibaud, BV Sport et autre Sigvaris n'a de cesse d'apporter sa pierre à l'édifice de la Med tech, et cela porte ses fruits.

En atteste l'arrivée à la présidence de Novéka !, le Pôle des technologies médicales (PTM) de Stéphane Mathieu, directeur général de Sigvaris France, digne représentant du textile au cœur de l'association qui regroupe une cinquantaine de structures spécialisées dans les dispositifs médicaux, des technologies de la santé, qui confiait dans les colonnes de L'Essor en avril dernier : *"Si je prends le secteur des textiles médicaux dont Sigvaris fait partie aux côtés de Thuasne, Inothéra-Gibaud et Lohmann & Rauscher par exemple, nous sommes le premier territoire en termes de textile médical."*

C'est une des raisons pour lesquelles les soins Gibaud - avec 37 brevets déposés depuis 2001- ont gagné leurs lettres de noblesse à l'étranger. Avec 110 salariés à Saint-Etienne, la filiale du groupe islandais Össur depuis 2006, qui enregistrait en 2018 un chiffre d'affaires avoisinant les 50 M€ a été acquise par le groupe Innothéra. Ouvrant ainsi son activité à l'orthopédie, portant le CA du groupe à 250 M€.



Lot-et-Garonne : ils veulent relancer la filière textile sur le territoire



Economie

Publié le 03/06/2021 à 07:57

Sous l'impulsion d'Ingrid Walbrou et Jérémy Da Costa, la société WD Protection souhaite promouvoir un textile écoresponsable et fabriqué en Nouvelle-Aquitaine. Depuis le Lot-et-Garonne, ils pilotent un ambitieux projet social et solidaire.

Dans leur local situé à Saint-Romain-le-Noble, Ingrid Walbrou et Jérémy Da Costa ont l'ambitieux projet de créer le textile de l'avenir en mobilisant tous les acteurs de la région : « De sa fibre jusqu'à la fin de vie du produit, on veut recentraliser la production du textile en Nouvelle-Aquitaine et retrouver ce savoir-faire que nous avons perdu. » Un constat que le couple a pu établir en étant mobilisé dans la confection de masque au cours du premier confinement.

À l'époque, les deux entrepreneurs lançaient tout juste leur entreprise lorsque la pandémie vint bousculer leurs ambitions. Disposant du matériel nécessaire pour créer des masques, WD Protection a donc mobilisé une chaîne de solidarité de près de 80 bénévoles pour produire des masques aux normes à destination des entreprises et du personnel soignant. Au total, ce sont plus de 48 000 masques qui ont pu sortir de l'atelier de Saint-Romain-le-Noble.

« Notre combat part de là »

Guidés par l'altruisme, Ingrid et Jérémie ont néanmoins dû composer avec des contraintes inhérentes à un secteur en perte : « Aujourd'hui, le tissu vient principalement de Chine, d'Inde et des pays de l'Est. Il est très difficile de faire des produits fabriqués en France. Notre combat partait donc de là » explique Ingrid qui s'est inspirée de son parcours personnel : « J'ai commencé la couture à l'âge de 4 ans. Ma mère était couturière dans le Nord et elle a fait les frais de la délocalisation des usines. »



La société prévoit la création d'un tiers-lieu dédié à l'univers du textile

Comme une revanche, WD Protection veut donc établir l'effet inverse, et rassembler tous les acteurs de la filière dans un « FabLab » qui verra le jour dans quelques semaines : « Ce tiers-lieu a pour but de fédérer un collectif autour de la filière, mais aussi accompagner les projets naissants vers un développement. Nous disposons de matériel et de connaissances afin qu'on puisse tous s'entraider. »

Des serviettes hygiéniques lavables

Au-delà même de l'enjeu économique, la société s'apprête à commercialiser des serviettes hygiéniques lavables sous l'égide de la marque « Les créations d'Ingrid. »

Une façon de s'engager contre la précarité menstruelle et proposer une production saine, dans l'espoir que son accès puisse être gratuit pour les jeunes : « Aujourd'hui en France, il n'existe aucune réglementation autour des serviettes hygiéniques. Il y a un réel travail de sensibilisation qui doit être réalisé dans les écoles autour du choc toxique et des perturbateurs endocriniens. Nous nous battons pour obtenir des normes autour de ce produit » assure Ingrid. La société produit entre autres des équipements de protection individuelle et là encore, c'est le « Made in France » qui l'emporte sur la production.

Reste à établir de quelle manière Ingrid et Jérémie pourront produire la matière première du textile. Mais les idées ne manquent pas : « Nous avons recensé plusieurs tisserands en France mais nous pouvons déjà nous baser sur le chanvre, le lin, la protéine de lait ou encore la fibre animale par le biais de la laine. » Un champ de possible qui s'ouvre un peu plus chaque jour, sous la houlette d'un entrepreneuriat qui se veut avant tout « humain ». Avec l'aide de la coopérative d'entrepreneurs « Co-actions » et ATIS, l'Association territoires et Innovation Sociale, les patrons défendent une production écoresponsable et veulent prouver qu'il est désormais possible de faire bouger les lignes.

Renseignements et contact : contact@wdprotection.fr

06 12 51 49 89

Lyon. Vangart tisse sa toile avec la broderie moderne

27/06/2021 | LES EXPOS | 0 |



Photos EB

188
Partages

 Partager

 Partager

 Tweeter



Par Eva Bourgin

L'entreprise Vangart remet au goût du jour la broderie traditionnelle. Spécialisée dans la broderie d'art, celle-ci réalise des tableaux inspirés d'artistes internationaux. Pour la première fois, cette dernière expose 45 créations dans la galerie Outsiders.

« Nous sommes les premiers au monde à vendre ce genre de tableaux » explique fièrement le co-fondateur de Vangart, **Benjamin Beau**. Depuis mars dernier, cette entreprise 100 % made in France tisse son succès au fil de ses collaborations. Aux côtés de ses deux associés **Clément Ajacques** et **Florian Fernandez**, il présente des tableaux en twill de coton. Fraîchement installé sur le marché de l'art, Vangart expose ses toiles pour la première fois en réel... un bonheur pour son public qui peut désormais contempler les œuvres au sein de la galerie Outsiders.



Dénicheuse de talents, cette dernière a presque naturellement accepté de collaborer. « On avait déjà entendu parler de Vangart parce qu'on avait des artistes en commun, on a eu un retour sur la qualité et sur leur professionnalisme » précise **Alexandre Doussinaud**, gérant de la galerie lyonnaise. Cette exposition permet ainsi au public de contempler pour la première fois des œuvres dont certaines sont signées par **Hélio Bray** ou encore par la lyonnaise **Cal**.

Tisser sa toile, Benjamin Beau connaît bien cette expression. En 2020, ce dernier donnait vie à Vangart dans la broderie sur vêtements. « J'étais derrière la machine, je programmais et je brodais. Là aussi je collaborais avec des marques » précise ce dernier. L'ensemble des productions reste lyonnais mais la toile remplace dorénavant le textile. « Je ne suis plus derrière les machines mais je reste en contact avec les chefs d'ateliers » ajoute le co-fondateur.

90 tableaux déjà vendus dans le monde entier

Les murs de la galerie s'illuminent au gré des reliefs et des couleurs. Chaque œuvre réalisée reflète une osmose entre un univers artistique et le savoir-faire Vangart. « L'artiste crée le tableau numérique et nous réalisons la broderie. Les aplats de couleurs sont remplacés par des aplats de fils à l'aide d'un logiciel » précise l'intéressé. Une réalisation numérotée, signée par l'artiste puis délivrée avec un certificat d'authenticité numérique. Les prix des œuvres varient entre 300 et 900 euros selon le format (30 x 40 ou 40 x 40).



Digne d'une réelle dimension artistique, cette nouvelle technique séduit artistes passionnés et curieux de l'art urbain. A la fois authentiques et colorées, les toiles peuvent aussi bien habiller une pièce de maison qu'une galerie d'art lyonnaise. Vangart s'impose déjà sur le marché étranger et souhaite encore étendre sa toile jusqu'aux artistes du Royaume Uni, des États-Unis et de Chine... un joli tableau en perspective haut en couleurs et riche en émotions.

Du 17 juin au 3 juillet 2021

Galerie Outsiders – 24, rue des Remparts d'Ainay – Lyon 2

Près de Cholet. La Société choletaise de fabrication à l'Élysée
L'entreprise d'Andrezé représentera le Maine-et-Loire à la Grande exposition du fabriqué en France, les 3 et 4 juillet.



Andrezé, mardi 22 décembre. La Société choletaise de fabrication a été sélectionnée parmi 2 300 candidatures. | ARCHIVES CO – ALEXANDRE BLAISE

Le Courrier de l'Ouest

Publié le 11/06/2021 à 12h00

Abonnez-vous

 Newsletter Cholet

Des lacets, des sangles, des cordons, la Société choletaise de fabrication en fait de toutes les couleurs. Les 3 et 4 juillet prochains, sûr que le bleu, le blanc et le rouge sortiront du lot. La PME d'Andrezé (une cinquantaine de salariés), entre Cholet et Beaupréau, a été sélectionnée pour exposer ses produits au palais de l'Élysée, dans le cadre de la Grande Exposition du fabriqué en France, dont il s'agit de la deuxième édition.

La SCF représentera le Maine-et-Loire, au milieu de seulement 106 produits d'entreprises tricolores. Cette année, quelque 2 300 candidatures ont été comptabilisées.

Quimper : la start-up textile UYD s'apprête à lancer sa première collection

Cet été, à Quimper, l'entreprise UYD va commercialiser ses 300 premiers sweat-shirts. Leur particularité : ils sont en tissu, fabriqué à partir de bouteilles plastiques recyclées.



Erwan Kervarec est l'un des deux co-fondateurs de la marque UYD à Quimper. (©Côté Quimper)

Par **Matthieu Gain**

Publié le 7 Juin 21 à 19:22

Erwan Kervarec n'a pas perdu son sourire. Lui et son associé, **Laurent Fontenas**, ont pourtant vu les obstacles se dresser sur leur route ces derniers mois.

Les fondateurs de [**l'entreprise textile UYD**](#), à **Quimper**, sont désormais en passe de présenter leur première collection de sweat-shirts dans un tissu, fabriqué à partir de bouteilles plastiques recyclées.

Recyclé, recyclable, confortable, made in France...

Leur sortie et les premières ventes sont annoncées pour cet été.

Notre idée de départ, c'était de ne pas créer de nouvelle matière pour produire des vêtements. Mais de travailler avec un tissu recyclé et recyclable, agréable au toucher, joli, confortable, made in France.

Erwan Kervarec.

Il a fallu deux années de recherche et développement pour obtenir ce résultat ; et quelques prises de tête. « Quand ça n'allait pas avec nos fabricants, il a fallu leur dire. Parfois de manière assez cash. Mais nous avons foi en ce que nous faisons et on ne peut pas s'arrêter aux difficultés qui se présentent à nous car il y en a parfois 40 par jour ! »

L'une des plus délicates est intervenue fin 2020. Deux mois plus tôt, à l'automne, UYD avait lancé une campagne de financement participatif et des pré-commandes. Et patatras. « Nous nous sommes pris un mur. Les premiers retours des clients étaient mauvais. Nous savions alors que notre projet allait changer. Par souci de transparence vis-à-vis de nos premiers souscripteurs, nous avons alors décidé de stopper la campagne et de rendre l'argent », rembobine Erwan Kervarec.

[À lire aussi](#)

[UYD, une entreprise quimpéroise fashion et écoresponsable](#)

Remise en question

À écouter le jeune homme de 21 ans, ce fut un mal pour un bien.

Nous avons pris les remarques au pied de la lettre et modifié beaucoup de choses : le logo, notre univers de marque, la fabrication, la communication... Nous avons aussi resserré notre cible sur les 15-25 ans. Finalement, tout cela a fait grandir notre projet.

Erwan Kervarec.

Erwan Kervarec et Laurent Fontenas font aussi partie de la dernière promotion du programme [Ouest startups](#). Il vient de se terminer.

Début 2021, la petite entreprise a déménagé de Saint-Evarzec à Quimper dans les locaux de la pépinière des innovations à Créac'h Gwen. Son bureau lui sert aussi d'atelier. Trois machines à coudre y sont installées.
« Les tissus sont fabriqués en Rhône-Alpes. Nous les

recevons ensuite ici, je fais moi-même la découpe et la confection des sweat », précise Erwan Kervarec. Ce dernier est un autodidacte.

Confection à Quimper

Son parcours, c'est un bac professionnel en informatique, « un BTS en management arrêté au bout de deux mois » et une entrée rapide dans la vie active. « J'ai commencé à dessiner à l'âge de 16 ans. Je me suis rendu compte que c'était plus qu'un passe-temps. J'ai alors travaillé deux ans dans la restauration rapide pour mettre des sous de côté en vue de financer ce projet. » Erwan Kervarec l'a débuté, il y a deux ans.

La première collection est sur le point de sortir. Quelques 300 pièces seront mises en vente en juillet et en août « lors d'événements ou en direct. Il s'agit encore de tests pour un pré-lancement de notre marque », se réjouit Erwan Kervarec.

Savoir-faire : Innothera représentera les Vosges à l'Elysée !

Publié le Lundi 14 Juin 2021

C'est une belle vitrine pour le savoir-faire textile vosgien et français... lors de la prochaine édition de l'Exposition du fabriqué en France qui se tiendra du 2 au 4 juillet à l'Elysée, les Vosges seront représentées par l'entreprise textile Innothera de Nomexy, avec son collant de compression médicale Smartleg.

Cet évènement mettra en lumière 126 produits représentatifs des départements et territoires de métropole et d'Outre-mer. Selon un communiqué, "une diversité de produits qui sera à l'image du tissu industriel français et valorisera les artisans, les PME/PMI et les industriels sans oublier les start-up innovantes. Le label Entreprise du patrimoine vivant (EPV) comme la certification Origine France garantie (OFG) seront bien représentés avec respectivement 27 entreprises labellisées et 16 produits certifiés".

Ludovic Bisilliat (avec communiqué), photo d'archive

Simone et Georges

La rédaction en partenariat avec Simone et Georges mis à jour le vendredi 4 juin 2021



Lancée en 2008, la marque Simone et Georges a su s'imposer sur le marché des accessoires de plage avec un tissu aussi fin que résistant et élégant : le Kikoy.

Fabriqué à partir de coton peigné au Kenya, leur Kikoy se décline dans une multitude de designs aux rayures raffinées et aux couleurs éclatantes.

Parmi les best-sellers de la marque figure le paréo-serviette, le produit phare qui les a lancés : un paréo en Kikoy doublé d'une très fine serviette éponge.



Depuis, toute une gamme d'accessoires assortis les uns aux autres sont venus compléter la collection : sacs de plage, foulards, éventails ou encore coussins et paravents.

Dans les dernières nouveautés vous pourrez aussi découvrir leur astucieux Néo-transat, léger, facile à transporter et fabriqué en France avec du pins des Landes.

Retrouvez tous leurs points de vente sur [simone-et-georges.com](https://www.simone-et-georges.com)

Ou commandez en ligne : 15% de remise avec le code fidélité MFD2021

100 % CRÉATION

Thomas Nicoulet et son étui responsable pour les temps masqués

Publié le : 13/06/2021 - 07:36

Audio 02:59 Podcast



Thomas Nicoulet, co-fondateur de l'Etui responsable © Etui responsable

Par : Maria Afonso

7 mn



Écouter l'article

Porter des masques est devenu notre quotidien. Obligatoires mais très polluants, les masques FFP2 ou chirurgicaux ne sont pas biodégradables. Une

fois utilisés, ils sont jetés. Ils se retrouvent par terre, dans la nature et les océans. Un masque met plus de 400 ans à se dégrader. Pour ralentir cette catastrophe écologique, Thomas Nicoulet propose l'Étui responsable.

« Quand nous avons eu l'idée de l'étui pour vraiment pouvoir accueillir les masques, il était important que le film antibactérien soit en contact avec les deux côtés du masque donc c'est pour cela que nous avons dû réfléchir à la forme de l'étui. Nous avons dû aller chercher les matières les plus éco-responsables possible », nous explique Thomas Nicoulet, cofondateur de **l'Étui responsable**.

Nous nous sommes dit que c'était une démarche qui était responsable, du côté de la sécurité des personnes qui portent le masque, de l'environnement, du côté social aussi. Voilà donc un étui responsable.

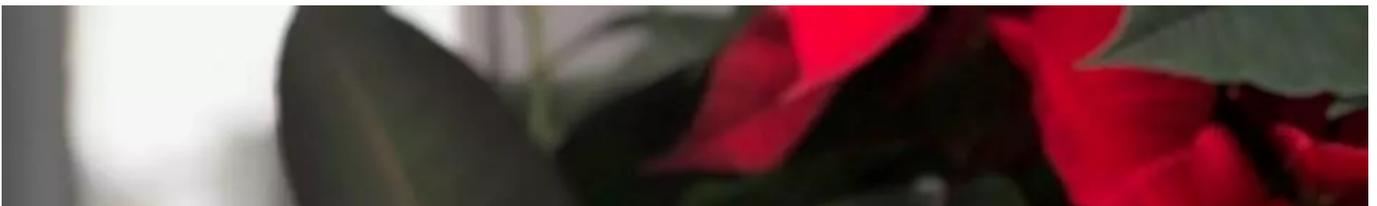
Thomas Nicoulet est un jeune entrepreneur de 25 ans. Après son cursus dans une école de commerce, il rejoint une start-up à Montpellier. En parallèle de son emploi, il lance avec son oncle, en 2020, l'Étui responsable. Un étui avec une démarche protectrice, d'abord pour soi-même, et ensuite pour la planète.

Réduire la pollution des masques

Quand les masques sont devenus obligatoires, Thomas Nicoulet a très vite constaté que beaucoup de masques finissaient dans la rue, sur les plages, dans la mer. Avec son oncle, il a conçu un produit innovant d'une utilisation simple et efficace pour **ranger son masque en toute sécurité.**

« Nous avons rapidement constaté qu'il ne fallait pas que cet étui devienne un nid à bactéries donc on a trouvé une solution qui s'appelle "film pure zone". C'est une société, Frontignanaise, qui a breveté ce film qui permet d'éliminer jusqu'à 99% des bactéries et les virus de type corona », affirme le co-fondateur de l'Etui responsable.

« Si vous utilisez votre masque pendant une heure, ce n'est pas un bon endroit (de le ranger) dans la poche, dans le sac, sur votre poignet ». L'idée, c'est de le mettre dans l'étui « pour le protéger et pouvoir le réutiliser ensuite une heure, de le re-ranger dans l'étui, de l'utiliser une heure pour un maximum de quatre heures. », ajoute **Thomas Nicoulet.** Et ainsi on évite de multiplier les masques.





Modèles de l'Étui responsable © l'Étui responsable

Fabrication française

L'Étui responsable n'est pas qu'un concentré d'innovations. Il est entièrement fabriqué dans le sud de la France avec des matières totalement recyclables,

comme le carton pour l'intérieur de l'étui et le similicuir pour l'extérieur. L'Étui responsable fait aussi appel à des partenaires sensibilisés à l'insertion sociale.

« Tout est fabriqué en France, entre Toulouse et Montpellier... (à) Montpellier, (l') assemblage des boutons (est) effectué par une entreprise de réinsertion professionnelle pour les personnes en situation de handicap qui s'appelle Gedeas », conclut Thomas Nicoulet.