

# LA FILIÈRE MET EN AVANT SES EMPLOIS ET SAVOIR-FAIRE

Une vingtaine d'entreprises du Nord ont, pour l'instant, rejoint le label «Terre textile» qui concerne d'autres régions textiles de France. Un des objectifs : attirer l'attention des consommateurs.

Bernard KRIEGER



(De g. à d.) Hervé Margerin, directeur de Bastien tissages techniques à Caudry, Raphaël Clochette, président de Cardon à Cambrai (confection linge de maison), Sébastien Dessolle, directeur commercial de Cambrai broderie et impression à Ligny-en-Cambrésis, et Jean-Dominique Aublin, directeur du développement économique à l'Union des industries textiles.

Cet automne, au parc d'Olhain, chefs d'entreprise et salariés de la filière textile s'étaient réunis, dans une sorte de séminaire de motivation et de mobilisation, autour du label «Nord terre textile». Ils voulaient pousser un «cri de guerre» afin de promouvoir et défendre les emplois industriels et savoir-faire non délocalisés qu'ils représentent. Début octobre, 24 entreprises (voir le cahier des charges en encadré) avaient rejoint le label. Un chiffre à rapprocher de ceux de la filière textile/

**Le label vise à séduire autant le grand public que les professionnels interlocuteurs de la filière textile**

habillement qui représenterait 350 établissements et 15 000 salariés. Les domaines sont parfois connus du grand public : linge de maison/ameublement/décoration ou habillement. D'autres le sont moins, comme celui des textiles techniques que l'on trouve dans le bâtiment, le transport, l'aéronautique, l'armée, l'habillement professionnel, le médical, l'industrie... On peut y ajouter le loisir, le sport et le luxe (la dentelle par exemple).

## UN LABEL VENU DE LA PROFESSION

Pourquoi ce label ? Voici ce qu'en disaient récemment des professionnels du Cambrésis (80 entreprises et plus de 2 000 emplois). «Le label a été imaginé par la profession elle-même, souligne Raphaël Clochette (Cardon). Et c'est d'ailleurs l'association professionnelle Promotex qui porte et délivre le label après un audit réalisé par un cabinet.» Ce label est venu des Vosges avant de s'étendre vers l'Alsace, le Nord (depuis 2014) et la région Auvergne-Rhône-Alpes. «Un label 'France terre textile' a été, enfin, lancé en octobre 2016.» Jean-Dominique Aublin (Union des industries textiles) remarque quant à lui que si l'idée n'est pas neuve, la mobilisation, elle, est inédite dans ses manifestations. Sébastien Dessolle (Cambrai broderie et impression) assure, pour sa part, qu'elle a déjà eu un effet très concret sur son chiffre d'affaires (de l'ordre de + 20%).

## PLUSIEURS PUBLICS VISÉS

Qui doivent-ils convaincre de l'existence d'un textile qui marche ? Les consommateurs de ces produits bien sûr, mais aussi les centrales d'achat, les fournisseurs, les distributeurs, les grandes enseignes... En les écoutant, on comprend qu'ils veulent se démarquer des enseignes et entreprises qui font la course aux coûts de fabrication les plus bas et donc aux pays où les réglemen-

tations sont moins sévères mais aussi donnent la priorité absolue aux marges les plus élevées, tentant de faire oublier des pratiques peu reluisantes à l'aide du marketing. On se souvient, par exemple, de l'effondrement en 2013, au Bangladesh, d'un immeuble abritant des ateliers de confection et des centaines de personnes travaillant pour de grandes marques occidentales dans des conditions que l'on n'imagine pas. M.

Aublin estime que les consommateurs seraient aujourd'hui beaucoup plus sensibles à l'origine géographique des produits ainsi qu'à ces notions de commerce équitable et de respect de l'environnement. La marque collective, inspirée, dit-on, des AOP, veut être pour ces professionnels non seulement un argument de vente vis-à-vis des consommateurs français mais aussi pour l'exportation du «made in France».

## UNE CHARTE ET UN LABEL

Pour être agréées et obtenir le droit d'utiliser le label «Terre textile» sur leurs produits et documents, les entreprises doivent respecter une charte d'engagement et se prêter à un audit. Début octobre, selon Jean-Dominique Aublin, notamment directeur du développement économique de l'UIT Nord (Union des industries textiles), 24 entreprises du département s'étaient engagées dans la démarche.

Voici une rapide présentation de ses principaux critères à respecter :

- Être implanté en France. 75% des opérations de production (filature, moulinage, tissage, tricotage, ennoblissement, impression, broderie et confection) doivent y être réalisées (dans la région ou entre entreprises agréées).

- Être un acteur de la filière industrielle et avoir un outil industriel de production textile en fonctionnement en France (produits confectionnés ou semi-finis).
- S'engager à travailler en synergie avec la filière industrielle textile française (coproduction, co-innovation, échanges).
- Avoir des compétences techniques et une ancienneté industrielle démontrant un réel savoir-faire industriel.
- S'engager à une traçabilité et à une transparence sur toute la chaîne.
- Respecter des procédés de production protégeant l'environnement.
- Privilégier les fournisseurs français et reverser plus de 30% du chiffre d'affaires sur le territoire français en taxes.

# LES FORCES ÉCONOMIQUES enthousiastes pour 2018



Sourire et optimisme. Des mots qui revenaient comme un leitmotiv dans la bouche des entrepreneurs venus aux vœux des forces économiques, le 11 janvier à la CCI Grand-Lille. Sous l'impulsion de son président Yann Orpin, ce rendez-vous de début d'année avait fait du sourire son fil rouge. Dans un palais de la Bourse entièrement rénové et rajeuni – notamment avec l'arrivée de NowCoworking au rez-de-chaussée –, près de 700 décideurs du monde économique, politique, social, culturel ou encore

associatif se sont retrouvés pour parler mobilité, transition énergétique, Code du travail... L'occasion pour Frédéric Motte, président du Medef Hauts-de-France et candidat à la succession de Pierre Gattaz, de rappeler qu'il sera «au rendez-vous pour porter les dossiers régionaux à la candidature nationale».

A. P.