



ÉCONOMIE & ENTREPRISE

SPÉCIAL MADE IN FRANCE

Le textile français reprend des couleurs

Les entreprises qui fabriquent encore en France et celles qui s'y lancent réussissent grâce à l'innovation

Malgré les délocalisations de ces vingt dernières années, l'industrie textile française est loin d'avoir disparu du territoire français. Des entreprises vieilles de plusieurs décennies continuent à fabriquer dans l'Hexagone, tandis que des start-up se lancent chaque année dans le domaine du textile. Leur secret pour se maintenir à flot ? L'innovation.

Créé il y a plus d'un demi-siècle dans le nord de la France, près de Lille, le fabricant de sous-vêtements 100 % français, Lemahieu, tient bon la barre. « Pour maintenir notre activité, nous avons beaucoup travaillé sur les marchés de niche », explique Edith Lemahieu, la fille du fondateur à qui elle a succédé à la tête de la bonneterie. Pour renouveler son offre, l'entreprise familiale a misé sur des « cosmétotextiles ». Exit les culottes de grand-mère, place à des sous-vêtements combinant confort et technicité.

Un «slip qui sent bon»

Parmi les produits-phares du fabricant, le « pyjama apaisant », qui libère des huiles essentielles grâce à des microcapsules greffées au vêtement. Ou encore le « slip qui

sent bon », lancé en 2013 en partenariat avec Le Slip français. Surprise : derrière le trublion du sous-vêtement made in France se cache l'ancêtre Lemahieu. « Nous produisons 80 % à 90 % de leurs sous-vêtements », dévoile M^{me} Lemahieu. De la confection aux finitions, tout est réalisé sur place par la centaine d'ouvrières qui travaillent à l'usine. « Nous pouvons encore nous permettre de fabriquer en France, car la confection de nos produits reste assez simple et nécessite peu de main-d'œuvre », explique la directrice. L'entreprise de bonneterie produit pas moins de 4 000 pièces chaque jour et a réalisé un chiffre d'affaires de près de 6 millions d'euros en 2015. « Tous nos produits sont labellisés Origine France Garantie », souligne-t-elle.

En 2014, la Chine est devenue le troisième client de la France, hors Union européenne

La bonneterie nordiste n'est pas la seule à tirer son épingle du jeu.

Contrairement aux idées reçues, le textile français est loin d'être moribond. La production a augmenté de 2 % et les exportations de 5 % au premier semestre 2015, selon les derniers chiffres publiés par l'Union des industries textiles. Le secteur fait encore travailler 60 000 salariés en France, principalement dans le Nord, l'Alsace-Lorraine et la région Rhône-Alpes. L'Asie constitue une concurrence, mais aussi un débouché : en 2014, la Chine est devenue le troisième client de la France, hors Union européenne.

Mais la demande a changé : ce sont désormais les textiles techniques, utilisés dans les domaines du médical, des articles de sport, des équipements de protection... qui remplissent les carnets de commandes. Cette spécialité représente aujourd'hui près de la moitié de l'activité, contre le quart il y a cinq ans.

Cosmétotextiles, textiles connectés... Les tissus « intelligents » incarnent un avenir prometteur pour l'industrie textile. Pour preuve, le géant Google s'est lui-même lancé sur ce créneau. En 2015, la firme de Mountain View a annoncé avoir conclu un partenariat avec le fabricant Levi's pour développer une gamme de vête-



ments connectés, capables d'enregistrer les gestes de l'utilisateur et de transmettre ces informations à son smartphone. Le projet a été baptisé « Jacquard », en hommage à l'inventeur français du métier à tisser...

En France, le gouvernement mise lui aussi sur le développement des tissus intelligents pour redynamiser la filière. Dans le cadre des investissements d'avenir, un appel à projets sur les textiles techniques, doté d'une enveloppe de 10 millions d'euros, a été lancé en octobre 2015. Parmi les projets retenus par la précédente édition, celui de l'entreprise rhônalpine MDB Texinov, qui conçoit des pansements adaptés à des pathologies difficiles à soigner. Ou encore les tissus techniques écologiques et résistants en fibre de lin conçus par le groupe Depestele, un producteur de lin implanté depuis plus d'un demi-siècle en Normandie, et qui exporte 85 % de sa production... en Chine.

« Historiquement, la France bénéficie d'une tradition et d'un savoir-faire certains en matière de textiles », fait valoir Sylvain Gérard, directeur d'Innotex, un incubateur dédié situé à Tourcoing, dans le Nord. Mais dans les usines françaises, le prêt-à-porter a été remplacé par des produits plus techniques. « Aujourd'hui, les entreprises françaises ont adapté leur production aux nouveaux débouchés dans les transports, la santé... », confirme M. Gérard.

Compétences de pointe

Signe de la vitalité du secteur, nombreuses sont les start-up à se lancer sur le créneau des tissus innovants. « Elles trouvent en France des compétences de pointe issues de nos écoles d'ingénieurs, ainsi que plusieurs structures et pôles de compétitivité consacrés au textile, comme le Centre européen des textiles innovants, dans le Nord », souligne le direc-

teur d'Innotex. Depuis sa création en 1998, l'incubateur accompagne chaque année cinq ou six projets de start-up innovantes dans le domaine du textile.

Parmi les jeunes pousses portées par Innotex, la société Flax-composites a développé un éco-matériau unique au monde, composé de lin et de liège recyclé, adapté aux intérieurs de bateaux du fait de sa légèreté. Créée il y a près de deux ans par deux passionnés de voile, la start-up Wear Is My Boat a, quant à elle, développé une gamme de vêtements contre le mal de mer et des transports. « Nous avons adapté une technologie brevetée, utilisée dans les sports de haut niveau, explique Olivier Trentesaux, l'un des fondateurs de l'entreprise. Le tissu fait barrière aux rayons infrarouges émis par le corps, ce qui permet de maintenir les muscles chauds et d'améliorer l'équilibre. » La société a produit 3 000 pièces depuis sa création et mise sur une levée de fonds pour augmenter sa production à 60 000 d'ici à 2018.

De son côté, Edith Lemahieu en est convaincue: la filière textile française a encore de l'avenir. « Depuis quelques années, on ressent sur les Salons auxquels nous participons une demande croissante de produits fabriqués en France, affirme-t-elle. Beaucoup de créateurs de mode cherchent aussi à faire fabriquer dans l'Hexagone; d'autant qu'on a la capacité d'être très réactifs sur des petits volumes de production. » Autre argument mis en avant par la directrice: la traçabilité des produits. « Le made in France apporte une sécurité supplémentaire au consommateur », fait-elle valoir. A travers la nouvelle génération d'entrepreneurs, la relève du textile français semble en tout cas assurée. ■

CATHERINE QUIGNON

**Signe de la vitalité
du secteur:
les nombreuses
start-up qui
se lancent sur
le créneau des
tissus innovants**



L'entreprise Lemahieu, à Saint-André-lez-Lille (Nord). PATRICK JAMES/PHOTOPQR/VOIX DU NORD