L'usine Tissage de France.

L'INDUSTRIE TEXTILE VOSGIENNE RENAÎTRAIT-ELLE DE SES CENDRES ? ENTREPRENEURS MOTIVÉS, CONSOMMATEURS EXIGEANTS, LE SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS A DE BEAUX JOURS DEVANT LUI. REPORTAGE AUPRÈS DE CEUX QUI FABRIQUENT LA MODE.

PAR **NOÉMIE LECLERCQ**
PHOTOGRAPHE **EMMA BURLET**

MADE IN VOSGES

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, 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 –, l'industrie textile semble reprendre son souffle dans les Vosges.

Dans l'atelier Maille Verte des Vosges.

> QUAND VALRUPT A ÉTÉ MENACÉ DE FERMETURE, JE NE ME VOYAIS PAS RESTER LES BRAS CROISÉS.
>
> THOMAS HURIEZ, LE FONDATEUR DE 1083.

À Rupt-sur-Moselle, l'usine Tissage de France – anciennement Valrupt Industries – a repris du service en 2018 après avoir échappé de peu à un redressement judiciaire. « Nous étions en difficulté depuis déjà quelques années, explique Denis Heinrich, directeur des activités. Nos clients peuvent trouver moins cher à l'étranger. Nous, on faisait ce qu'on pouvait pour s'en sortir tant bien que mal. Conserver quelques commandes pour préserver les emplois. » L'entreprise est alors positionnée principalement sur les marchés de l'hôtellerie, pour le linge de maison, et du luxe – les cabas en coton qui protègent vos plus beaux sacs à main et à souliers, par exemple, ont de grandes chances d'y avoir été tissés. Au milieu des gros clients de Valrupt, se trouve la jeune marque 1083. « Le label a pu de nouveau produire entièrement ses jeans en France », du tissage à la confection, en passant par la teinture et le délavage, le tout en coton bio. Une idée folle de Thomas Huriez, entrepreneur drômois, qui a vu le jour en 2013, notamment grâce à des usines comme celle où intervient Denis Heinrich. « Quand Valrupt a été menacé de fermeture, je ne me voyais pas rester les bras croisés. Nous ne représentions que 5 % de son chiffre d'affaires, mais il était notre fournisseur principal, et nous peinions déjà à suivre la demande croissante de nos clients », témoigne le fondateur de 1083. Persuadés que le Made in France est un choix d'avenir, Thomas et Denis proposent une offre de reprise de l'usine. « En 2013, Denis a pris le risque d'accompagner notre projet de relocaliser au maximum la fabrication de jeans en France. Jamais nous n'aurions imaginé que, six années plus tard, nous aurions pris le risque d'aider cette usine à survivre », écrit Thomas Huriez dans « Re-made en France » (éd. Dunod), soutenant l'intérêt de reconstruire une filière locale. « La partie n'est pas encore gagnée, mais nous sommes convaincus que cette solidarité entre tous les maillons de la chaîne d'une filière est la clé pour qu'elle résiste et dure envers et contre tout. »

À entendre Denis Heinrich parler tour à tour des difficultés de son usine, du savoir-faire vosgien, et de tous les aspects techniques du métier, on devine que la passion y est aussi pour beaucoup. Chez Tissage de France, ce sont 42 métiers à tisser qui tournent quasi en permanence – ce qui représente un certain coût, d'achat et de maintenance, chaque machine valant plusieurs dizaines de milliers d'euros. Des outils de dernière technologie, requérant une minutie d'horloger et une connaissance : « Il faut que, à l'œil nu, on soit capable de voir la moindre anomalie, commente le directeur, balayant la pièce du regard, à l'affût d'un potentiel dysfonctionnement. Par exemple, un fil qui passe sous un autre, alors qu'il devrait passer au-dessus, ou une aiguille qui saute. C'est ce qui fait la qualité de nos tissus, et donc la réputation du made in France. » Deux machines dénotent : plus imposantes, moins technologiques, ce sont des modèles – qui permettent notamment de confectionner une toile de jean selvedge, plus qualitative et solide que la toile basique qui inonde le marché aujourd'hui. « On ne peut pas obtenir la même chose avec les machines récentes, pensées pour être plus rapides et se passer de main-d'œuvre – et donc faire des économies. Mais tout est une question de choix… »

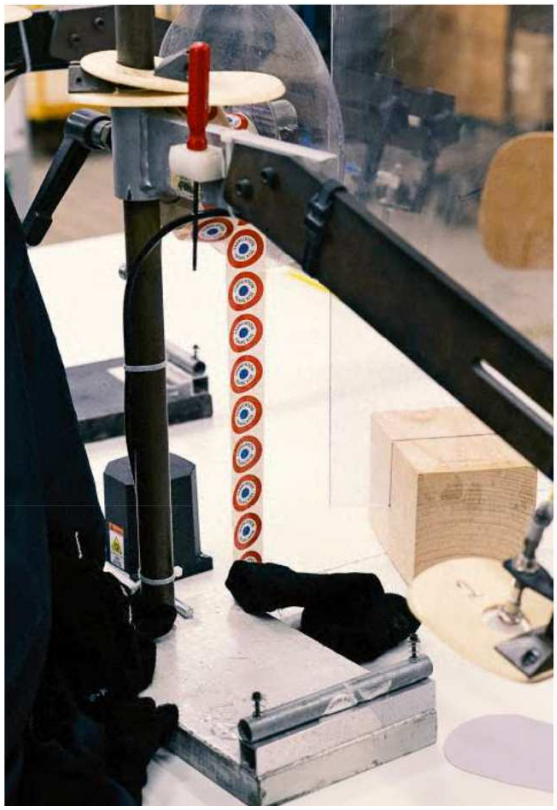
Visiter une usine de fabrication textile permet à coup sûr de prendre conscience de la valeur de nos vêtements – et de rendre absurde l'idée d'un T-shirt à 5 euros. Pourtant, « quand on pense à l'industrie tricolore, on pense à Airbus, pas à un T-shirt », sourit Éric Neri, ingénieur textile et P-DG de Maille Verte des Vosges. Lui aussi a ○ ○ ○

○ ○ ○ hérité d'une usine en quasi faillite il y a quelques années. « Nous produisons principalement des matières techniques pour des vêtements de travail ou de nuit. On est dans un système tellement absurde que faire un pyjama au Cambodge revient moins cher que fabriquer le tissu nécessaire à sa confection en France. » Mais, un poil chauvin et séduit par la situation du bâtiment – son bureau offre une vue imprenable sur les massifs alentour –, il joue quitte ou double. Il reprend l'entreprise, qu'il renomme de façon à mettre l'accent sur l'aspect environnemental (et être, il l'admet, plus vendeur), met le paquet sur ce que savent faire ses salariés – des produits techniques –, et tente une intégration plus importante, depuis quelques mois, dans le secteur de l'habillement. « Nous avons une expérience et une renommée pour la fabrication de tissus techniques, explique Charlotte Khanyile, responsable développement et qualité. À tel point que nos clients nous demandent régulièrement conseil. Ils sont particulièrement exigeants. Vu que nous travaillons pour du vêtement pro, il faut que notre maille et nos teintures résistent aux lavages répétés à 60 °C… » Un savoir-faire qui permettrait notamment de créer des vêtements costauds – et de sortir du cycle infernal de la mode jetable. Maille Verte des Vosges développe actuellement une maille en piqué de coton bio pour une célèbre marque qui prône le Made in France. À l'instar de la toute proche usine Peltex, anciennement productrice de jouets en peluche, et désormais fournisseuse de fausses fourrures luxueuses pour des marques comme Vanessa Bruno. Dans le bureau d'Eric Neri, sur un tableau blanc, est écrit au feutre Veleda le schéma « SWOT » (forces-faiblesses-opportunités-menaces, en bon français) de l'entreprise qui offre justement une vision précise de la situation de l'industrie textile française. Le bon côté des choses : la renommée, le savoir-faire, l'attrait pour les relocalisations et le développement des matières vertes. L'autre : le manque de marge de négociation avec les clients et fournisseurs, l'endettement, et, surtout, les difficultés de recrutement. Avec la désindustrialisation de la France, ce sont également les formations pour les métiers du textile qui ont disparu. Et s'il reste quelques BTS et bac pro dans les lycées alentour, c'est principalement sur les entreprises que revient la charge de la formation – ce qui représente un coût non négligeable pour ces PME et TPE qui ont déjà du mal à joindre les deux bouts. Et même en assurant l'apprentissage des salariés, les candidats au travail ouvrier sont peu nombreux : les horaires décalés (pour être rentables, les machines doivent fonctionner le plus souvent possible), le bruit incessant et le salaire, plutôt bas, n'aident en rien – même si tout est pensé pour que la pénibilité du travail soit minimale, en changeant par exemple de poste au moins toutes les deux heures. « On a aussi intégré que l'usine, c'est là où on va quand on avait mal travaillé à l'école », déplore le P-DG de Maille Verte des Vosges.

> NOS CLIENTS NOUS DEMANDENT RÉGULIÈREMENT CONSEIL. ILS SONT D'UNE GRANDE EXIGENCE.
>
> CHARLOTTE KHANYILE, RESPONSABLE DU DÉVELOPPEMENT ET QUALITÉ CHEZ BLEUFORÊT.

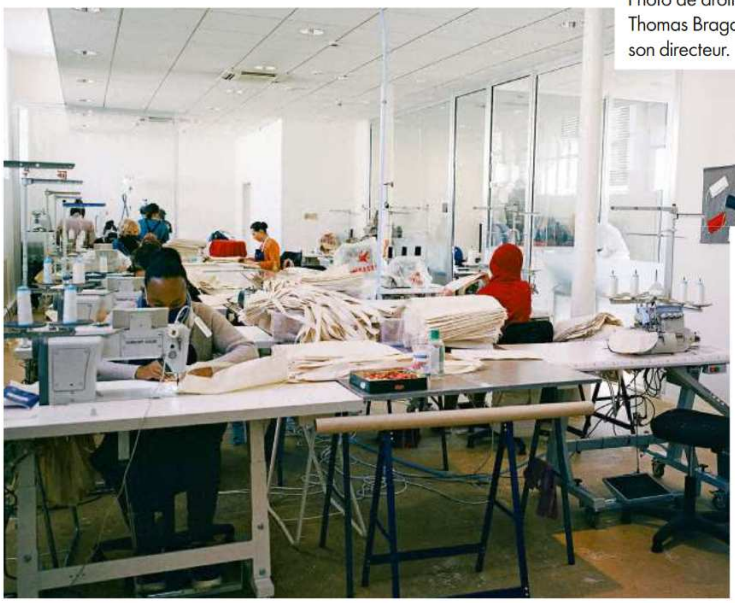
L'intérêt de perpétuer ces savoir-faire n'est pourtant plus à prouver. Chez Bleuforêt, par exemple, des visites sont organisées gratuitement pour les fans de mode ou de tourisme industriel. Le point d'orgue en est sans doute l'imposante machine à vapeur de l'usine.

Les machines de l'usine Bleuforêt.



EMMA BURLET

Photo de gauche. Atelier TB. Photo de droite. Thomas Bragard, son directeur.



« Si les Vosges sont une terre textile, c'est du fait de leur situation au confluent de plusieurs cours d'eau, explique Valérie Cornevin, directrice Recherche et Développement. Encore maintenant, nous produisons 60 % de notre électricité. » L'entreprise a le luxe de pouvoir gérer et centraliser l'ensemble de sa production : seul le fil, déjà teinté, est acheté à des fournisseurs extérieurs – en partie en France, en majorité en Italie et au Portugal. Du maillage à la vente via le site Internet, tout est fait à Vagney. « Évidemment, notre prix de revient et de vente est supérieur à ce qu'on peut trouver sur le marché [il faut compter une dizaine d'euros pour une paire de chaussettes Bleuforêt achetée en supermarché, ndlr]. Mais ça a certains avantages : par exemple, pendant le premier confinement, nous avons pu honorer toutes nos commandes. Et heureusement, puisque la demande pour le Made in France explose depuis ! » Entre prise de conscience écologique et besoin de relancer l'économie locale, cet engouement semble parti pour durer. La demande est telle que, malgré la crise sanitaire, 1083 a annoncé en janvier la création d'un atelier de confection, c'est-à-dire d'assemblage des pièces de ses jeans, au sein de l'usine de Rupt-sur-Moselle. Un projet en partie financé par l'État, dans le cadre du plan de relance. Une façon de réduire encore un peu plus l'empreinte carbone des produits et de réhabiliter une partie de l'usine tombée en désuétude. Mais aussi et surtout l'occasion de développer la confection française, qui reste l'une des étapes de l'habillement les plus difficiles à relocaliser. « Pour la fabrication textile en tant que telle, comme le maillage et le tissage, on a trouvé des moyens d'automatiser en grande partie la production, détaille Dominique Jacomet, professeur en stratégie d'entreprise à l'Institut français de la mode. Mais la confection demande encore beaucoup de main-d'œuvre. » Dans le centre d'Épinal, un autre entrepreneur, Thomas Bragard, a ainsi créé 36 emplois de couturière [le métier est encore très féminin, ndlr], en reprenant l'usine familiale en 2017. Dans de grands bâtiments en shed typiques de l'industrie textile, Atelier TB s'est spécialisé dans la confection de tabliers – et développe la sous-traitance pour d'autres entreprises. « Nous avons été mobilisés pour faire des masques pendant le premier confinement. Désormais, nous produisons également des tote bags pour le leader européen sur le marché, et préparons un prototype de T-shirt avec une entreprise du coin », sourit Thomas. Des projets qui font que l'entreprise prospère malgré la crise sanitaire, donnant bon espoir à la filière. Mais l'entrepreneur veut garder la tête froide. « Notre but n'est pas de grossir encore et encore, témoigne-t-il. Nous avons une responsabilité sociale à partir du moment où nous employons des personnes : je ne voudrais pas que l'histoire se répète, et que nous ayons à licencier massivement dans quelques années... » Dans un futur proche, sauce « Black Mirror », pourrait-on envisager que des robots et autres technologies viennent mettre à mal ce revival de l'industrie française ? Peu probable : l'Hexagone étant positionné sur du haut de gamme, la main sera toujours nécessaire pour assurer la qualité. Et le marché s'adaptant à la demande, tout est, désormais, entre celles du consommateur... ■