

Industrie textile Comment vit-elle la crise ?

Les participants

Jean-Paul Bouvard, représentant la compagnie des commissaires aux comptes.

Benoît Soury, vice-président de la CCI de Lyon.

Jean-Claude Montagnon, président d'UNITEX.

Gilbert Roulet, courtier d'assurance, représentant le Syndicat des courtiers d'assurance.

Serge Géri, directeur d'AGEFOS PME Rhône-Alpes.

→ **C**ocorico, Rhône-Alpes est la première région textile de France ! Elle abrite 24 % des salariés du secteur (environ 22 500 personnes), 30 % des entreprises (environ 1 100) et réalise également 30 % du chiffre d'affaires national (4,5 milliards d'euros). Mieux, Rhône-Alpes représente même 52 % de l'industrie du tissage. Et revendique en outre la position de leader en matière de textiles techniques. Paramètre très intéressant sur la structure du marché, 93 % de ces entreprises sont des PME/PMI. « Il s'agit même en général de TPE et de PME de moins de 20 personnes », précise le président d'UNITEX (organisation professionnelle de la filière textile en Rhône-Alpes), Jean-Claude Montagnon, pour qui la taille des entreprises est l'une des questions les plus sensibles. « Car, précise-t-il, les petites entreprises s'adaptent vite mais éprouvent des difficultés à mettre à disposition de leurs innovations, les ressources humaines nécessaires ».

Pas de taille critique ou idéale

Reste que, fondamentalement, une petite entreprise n'est pas meilleure qu'une grande ou inversement. Jean-Paul Bouvard, représentant la compagnie régionale des commissaires aux comptes, est clair sur ce point : « L'important, c'est que l'entreprise soit une entité cohérente qui puisse être dirigée correctement. On trouve de très petites entreprises affichant une belle rentabilité et investissant. On trouve aussi des entreprises importantes, ayant cumulé les acquisitions et les fusions qui sont parfois incohérentes et peu performantes. Mais toutes les entreprises peuvent parvenir

à cette cohérence ». Il n'y aurait donc pas de taille critique ou idéale. « La bonne taille, c'est celle qui correspond le mieux au patron et à son costume, lance Serge Géri, directeur d'AGEFOS PME Rhône-Alpes. Celui qui saura maintenir à flot son entreprise, c'est celui qui saura cultiver le « vivre ensemble », travailler en harmonie avec les donneurs d'ordres et les sous-traitants, écouter son marché et miser sur l'intelligence ». Car dans le textile français, peut-être encore plus que dans d'autres secteurs, la question de la pérennité des entreprises est régulièrement posée. Le textile a subi de nombreuses crises. Benoît Soury, vice-président de la CCI de Lyon, précise d'ailleurs que ce secteur a toujours dû faire preuve d'adaptation en réponse aux crises, aux évolutions de la mode et des techniques : « Il y a eu des prises de risques, de l'innovation, une adaptation permanente qui continue avec les petites séries, le haut de gamme, les circuits courts... »

« L'entreprise se développe sur place puis trouve des fournisseurs à l'étranger avant de s'implanter elle-même à l'étranger »

Malgré tout, le textile n'est plus dans son âge d'or. Certains territoires ont été marqués par cet âge d'or. Et c'est le même phénomène avec toutes les industries qui se montrent très prégnantes dans les bassins qu'elles investissent. On pense au décolletage dans la vallée de l'Arve, à la plasturgie sur Oyonnax, à la carrosserie industrielle sur la Bresse et la Dombes. Et ce caractère prégnant marque la vie de toute la population locale par l'emploi, l'implantation d'écoles spécialisées, de centres de recherche. Les

traces de cette vie restent longtemps après le départ des dites industries. Départ qui suit à peu près toujours le même schéma, selon Jean-Paul Bouvard : « L'entreprise se développe sur place puis trouve des fournisseurs à l'étranger avant de s'implanter elle-même à l'étranger ». L'une des solutions qu'ont trouvées les entreprises de textile pour perdurer, c'est l'innovation. « Le tissu technique n'est pas la planche de salut, insiste pourtant Jean-Claude Montagnon, c'est l'innovation au sens large : la technique, la créativité des dessins, le marketing... » Avant d'ajouter et de souligner que « c'est bien le tissu traditionnel qui a permis au tissu technique d'exister. Car 60 % de la production française de textile technique est issue de Rhône-Alpes, certes, mais 95 % de la soierie aussi ! » Ainsi, le textile, qui a toujours été présent dans des domaines variés, l'est toujours davantage : les vêtements, l'habitat, le médical, les transports. Par exemple, une voiture compte environ 35 kg de textile. Et « demain, ce sera 60 kg, prévient M Montagnon, aussi bien dans les tissus où le glamour compte de plus en plus que dans les durites ! » Dans l'aviation, Boeing a gagné beaucoup de poids en utilisant les textiles matériaux souples comme support de produits composites. Le BTP est également friand de textiles. Et Jean-Claude Montagnon de citer l'exemple du viaduc de Millau dont le pilier central, de 300 mètres de haut, aurait nécessité, sans textile, un puits de la même hauteur. Puits qui a été réduit, grâce au textile matériau souple, à... 30 mètres. Le constat, c'est que chaque époque apporte son lot de vicissitudes et d'opportunités. Aujourd'hui, il faut composer avec le développement durable. Contrainte ou atout ?

« Dans notre filière, nous entreprenons des Bilans Carbone qui se révèlent meilleurs que ceux des produits importés. Il faut que ce soit reconnu par le consommateur, même si nous sommes plus chers », espère le président d'UNITEX.

Opportun d'associer les industriels aux universités

Et puis il faut se serrer les coudes. Et Jean-Claude Montagnon de donner en exemple la région avec un pôle de compétitivité (Techtera), un organe de promotion et une école d'ingénieur qui mènent des actions collectives reconnues par les pouvoirs publics et les collectivités, ce qui amène une dynamique. C'est un ingrédient de plus pour assurer la pérennité du textile, estime Benoît Soury. Il semble assez opportun d'associer les industriels aux universités. Car le niveau requis est en augmentation. Pour preuve : la baisse des effectifs n'a pas entraîné de baisse de la masse salariale. Il est assez judicieux aussi de miser sur la formation continue. Et c'est ce que font les chefs d'entreprise. Serge Géri note qu'en 2009, l'investissement des entreprises en formation a été supérieur de 10 % à 2008. « Avec la crise, les entreprises ont moins de travail et en profitent pour former les salariés afin de disposer des bonnes compétences lorsque la reprise interviendra. » Et dans le textile, qui a connu moult crises depuis les premiers spasmes de la mondialisation dans les années 60, on connaît bien la musique. Le plus incroyable pour Jean-Claude Montagnon, c'est de rencontrer, encore aujourd'hui, des chefs d'entreprise qui connaissent seulement maintenant leur première crise !

Texte : Alban Razia
Photos : Céline Vautey

De l'apport du courtier d'assurance

L'industrie textile française d'aujourd'hui est une industrie à forte valeur ajoutée. Elle nécessite d'importantes prestations intellectuelles, de la créativité, la réalisation de dessins et modèles et le concours de l'assureur est le bienvenu. Pourquoi ? « Pour la garantie de reconstitution des dessins et modèles », indique Gilbert Roulet, représentant le Syndicat des courtiers d'assurance. « On retient un capital garanti qui permettra de reconstituer dessins et modèles en cas de destruction », précise-t-il.



Le textile a été le premier secteur touché par la mondialisation dans les années 60. Depuis, il a connu de nombreuses crises. Comment vit-il celle que nous subissons actuellement ? C'est la question qui était posée lors d'un débat organisé au Musée des tissus et des arts décoratifs de Lyon, lundi dernier, dans le cadre de la présentation de deux ouvrages récemment sortis aux éditions EMCC. Des débats qui font ressortir deux ingrédients principaux mis en œuvre par la filière : l'innovation et la formation.

