



## ACTUS



Mulliez-Flory

→ Concevoir de vêtements de travail en France, une réalité, les monter en quantité : impossible car les structures industrielles n'existent plus.

## « MADE IN FRANCE » : LA GUERRE EST DÉCLARÉE!

Dans le cadre de sa « Parenthèse Textile », le groupe Mulliez-Flory a réuni, le 22 novembre dernier, une quinzaine d'acteurs de la filière textile et de donneurs d'ordres pour échanger autour du thème « Made in France : réalités et possibilités ».

**P**eut-on faire aujourd'hui du vêtement de travail « Made in France » ? C'est la question à laquelle les participants de cette table ronde, organisée par le groupe, ont tenté de répondre. Si les sondages montrent que 95% des Français sont, par principe, favorables à l'achat de vêtements « Made in France », le passage à l'acte est loin d'être effectif. La cause ? Le coût du travail en France qui ne peut faire face à la concurrence des pays du Sud-Est asiatique ou à la zone Euromed : « Un tee-shirt conçu en France avec du textile français mais monté en Tunisie, reviendra à 12,84 euros contre 24,80 euros, s'il est confectionné en France », explique Carole Mauguin, directrice produits et production du groupe Mulliez-Flory. Une différence que n'est pas prêt à payer le consommateur. » Coût du travail, mais pas seulement.

« Pour faire du vêtement de travail en masse, il faudrait revenir à des usines de plusieurs milliers d'ouvriers, ce qui n'est ni possible, ni souhaitable, remarque Danielle Simonneau, dirigeante d'AD Confection, qui réalise, entre autres, des prototypes pour Mulliez-Flory. En revanche, il y a un vrai savoir-faire en France, qu'il faudrait valoriser, et pas seulement pour les articles de luxe. » Un autre exemple de savoir-faire, présenté par Isabelle Deleage, responsable export du tricotier Bugis.

« Nous travaillons en étroite collaboration avec les confectionneurs pour développer des tissus très techniques à usage industriel ou pour les EPI. Reste à renforcer notre communication au-

près des donneurs d'ordres pour mieux nous faire connaître. » Des donneurs d'ordres qui le reconnaissent eux-mêmes, en l'état actuel, ne pourraient passer toutes leurs commandes sur du marché local. Toutefois, la réflexion est amorcée. « Nous commençons à rechercher des pièces, qui puissent entrer dans notre budget et qui correspondent à notre démarche RSE. Cela peut être un accessoire fabriqué en France, ou un réassort », indique Marie Wilbois, responsable des vêtements d'image chez Phone Régie.

### Des achats "made in France" timides

De son côté Valérie Romani, acheteuse de la SNCF, déclare : « Nous ne pouvons exiger du "Made in France", car nous sommes tenus de respecter des critères de non-discrimination dans les appels d'offres. Cependant, pour répondre à notre besoin de distribution au fil de l'eau (identifié comme source d'économie) et sécuriser nos approvisionnements, il faut des sites de fabrication proches. Dans un contexte où les entreprises sélectionnées ont des offres équivalentes, la VA-France peut faire la différence. Aujourd'hui, nos coiffes et nos pulls sont d'ailleurs made in France. » Sur quoi Sakina M'Sa, styliste, conclut : « Il ne faut pas se focaliser sur la confection, mais voir l'écosystème de la mode et du vêtement de travail dans son ensemble. On peut progresser à petits pas au niveau de la gestion de la chaîne logistique ("supply chain") et surtout faire reconnaître nos actions pour soutenir la filière textile française. »



Mulliez-Flory



## 3 QUESTIONS A...

**JACQUES GINDRE**  
PDG DE MULLIEZ-FLORY

**Vous êtes une des entreprises françaises leader dans la confection du vêtement de travail. Vous avez souhaité vous exprimer sur la notion de « Made in France ».**

Si j'ai souhaité réagir, c'est qu'à plusieurs reprises, il m'a été rapporté que telle grande entreprise de transport ou d'énergie aurait choisi pour ses salariés des vêtements de travail « *Made in France* ». Pour obtenir ce label, si on s'en tient au contexte légal, le vêtement doit avoir été monté en France. Or, il n'y a en France aucune entreprise capable de produire en quantité suffisante pour répondre à des marchés de plusieurs milliers d'articles. Il n'y a ni les outils, ni les effectifs. Je trouve socialement irresponsable de laisser croire à ses salariés que leurs vêtements ont été fabriqués en France et que l'on peut relocaliser la production textile.

**À votre avis, pourquoi y a-t-il cette confusion ?**

Le « *Made in France* » est devenu un argument de communication dont veulent s'emparer les entreprises pour se donner une image vertueuse. À titre d'exemple, Mulliez-Flory n'a pas droit à cette appellation puisque nous confectionnons en Tunisie. Pourtant le prix de revient de nos vêtements, entre le style, la conception, les tissus, la commercialisation, tourne autour de 70 % de coût français. Je conçois que cela puisse créer des frustrations chez certains de mes confrères dans la même situation, qui se garderont de lever l'ambiguïté face à de gros clients.

**Faudrait-il changer la définition du « Made in France » ?**

La définition du « *Made in...* » ne s'applique pas partout avec la même rigueur qu'en France. Je pense qu'il faut davantage communiquer sur la traçabilité de nos produits. Oui, nous concevons nos produits en France, avec une majorité de tissu français, mais non, nous ne montons pas les vêtements professionnels en France. C'est de notre responsabilité de jouer la transparence.

**L'ASCENSEUR, FABRICANT DE VÊTEMENTS DE TRAVAIL, ORIGINE FRANCE GARANTIE PHILIPPE LEFÈVRE, DIRIGEANT DE L'ASCENSEUR**

« Nous sommes un des rares fabricants de vêtements de travail à avoir obtenu le label *Origine France Garantie*. L'Ascenseur est également agréé *France Terre Textile*, car 75 % des étapes de fabrication sont réalisés dans le Nord, ce qui correspond à un engagement de la société dans la vie économique locale. Paradoxalement, l'ensemble de mes produits, eux, ne peuvent pas bénéficier de l'appellation *France Terre Textile*, car certains de mes tissus n'ont pas une origine française, mais européenne. »

**COMPRENDRE LES APPELLATIONS**

**ENTREPRISE FRANÇAISE :** entreprise domiciliée en France et participant au PIB national.

**MADE IN FRANCE :** peut en bénéficier un produit dont la dernière transformation substantielle a eu lieu en France.

**APPELLATION ORIGINE FRANCE GARANTIE :** pour un produit, dont 50 % du prix unitaire industriel (hors marketing) a été acquis en France, et pour lequel la dernière transformation substantielle a eu lieu en France.

**PRODUIT LABELLISÉ FRANCE TERRE TEXTILE :** pour un produit dont plus des trois-quarts des étapes de production (fabrication du fil, fabrication du tissu par tissage ou tricotage, teinture ou impression et confection) sont réalisés en France dans quatre bassins textiles de tradition – les Vosges, en Alsace, dans le Nord et en Auvergne-Rhône-Alpes –, au sein d'entreprises préalablement agréées.

**ENTREPRISE AGRÉÉE FRANCE TERRE TEXTILE :** uniquement pour une entreprise industrielle qui produit une quantité significative d'articles textiles selon les critères de production en circuits courts, sociaux, environnementaux et qualitatifs de la charte d'engagement de France Terre Textile.

**ENTREPRISE DU PATRIMOINE VIVANT :** le label EPV est une marque de reconnaissance de l'État, mise en place pour distinguer des entreprises françaises aux savoir-faire artisanaux et industriels d'excellence.