

Le « made in Loire » s'expose à Paris sur les podiums de la Fashion Week

Roannais. La filière textile peut encore tirer son épingle du jeu. A l'image de Servistyl Innovation, au Coteau, qui réalise des collections pour les maisons de haute couture, en collaboration avec des entreprises locales.

« C'est toujours valorisant pour la filière textile roannaise de voir un de nos modèles sur les épaules de Kate Moss en couverture d'un magazine de mode » sourit Géraldine Gerin en ce lundi matin. Ce week-end encore, la patronne de l'entreprise costelloise Servistyl innovation était à Paris afin de livrer les dernières pièces réalisées pour la maison de haute couture Balmain, à l'occasion de la Fashion Week automne-hiver, qui débute aujourd'hui (voir par ailleurs). Et elle n'est pas redescendue les mains vides. Car elle a ramené quelques pièces qui doivent être retouchées pour la maison Vanessa Bruno dont le défilé se déroule ce vendredi.

« Les marques ne veulent avoir qu'un seul interlocuteur »

Géraldine Gerin Servistyl Innovation

« L'important dans ce métier c'est d'être réactif. C'est le cas de mon équipe de sept personnes et des entreprises roannaises qui travaillent avec nous » explique avec satisfaction Géraldine Gerin. Après avoir passé sept ans chez Devernois, elle a travaillé durant huit ans au sein de la maison Vanessa Bruno à Paris avant de franchir le pas et de reprendre ce bureau de style en juin 2012. « Il est adossé à l'entreprise de confection Servistyl production qui appartient à mon mari. L'objectif c'est de proposer à nos clients une « offre globale » car ils ne veulent plus qu'un seul interlocuteur. Avec d'un côté un bureau d'études qui réalise des croquis et des modèles pour les collections. Et de l'autre une structure qui peut ensuite produire ces produits haut de gamme.

Des modèles pour Balmain

Servistyl Innovation a réalisé une vingtaine de pièces pour la maison de haute couture Balmain, dont certaines ont nécessité jusqu'à deux jours de travail.

C'est généralement ce qui se passe dans 95 % des cas. Et heureusement car on n'amortit peu en ne faisant que les collections » détaille Géraldine Gerin. « Il y a assez de savoir-faire sur le Roannais pour proposer cela. Mais c'est complètement autre chose. Avant c'étaient surtout des façonniers et il n'y avait pas cette notion de réactivité pour répondre aux urgences des clients qui revoient leurs modèles jusqu'au dernier moment » poursuit la chef d'entreprise. Laquelle explique travailler avec un réseau d'entreprise roannaise « comme Bel Maille pour les tissus techniques, TAD pour les tentures, ou bien encore Tricot Channe et Jersey de la Bûche. C'est plus facile parce qu'on est voisins et parce qu'on a envie de les associer afin de donner un nouveau souffle à la filière textile. » Une volonté qui rejoint celle des marques « qui ont vraiment envie de faire une partie made in France, de revenir à des essentiels. Même s'il faut pour cela intégrer des notions de coûts afin d'être compétitif face à la concurrence étrangère » note Géraldine Gerin. Laquelle se déplace une fois par semaine à Paris « afin de rencontrer les stylistes des marques et d'être force de proposition. Il faut également être à l'affût de tout ce qui se fait ailleurs. Il faut baigner constamment dedans. » C'est le prix à payer pour faire la une des magazines. ■

Max Chapuis



Photo Isabelle Mignard

QUESTIONS A RAOUL GRIFFON

Président de l'Union des industries textiles Roanne et région « Défendre le made in France, un défi que l'industrie textile est prête à relever »



Photo DR

Comment se porte l'industrie textile dans le département, actuellement ?

Les temps sont difficiles pour toutes les industries, mais l'industrie textile est habituée aux épreuves. Elle est toujours très présente dans le département et dans le Roannais en particulier, avec des entreprises comme Deveaux, Devernois, Chassagnard et bien d'autres.

Qu'est-ce qui explique cette implantation solide ?

Nous avons toutes les branches du textile représentées, du tissage au tricotage en passant par l'anoblissement, la coupe ou encore la confection, c'est notre particularité. Si certaines entreprises ont disparu de « mort naturelle », parce

qu'elles n'avaient pas de repreneurs ou qu'elles n'ont pas su s'adapter, d'autres se sont installées en parallèle, signe de la bonne santé de l'industrie. C'est le cas de Mado et les autres, de la Fée maraboutée et d'Hermès, qui a installé une unité de production à Saint-Symphorien-de-Lay en 2012.

L'industrie textile n'a pas souffert de la délocalisation ?

Si bien sûr, il a fallu adapter nos modes de production, pour continuer à fabriquer tout en gardant des prix compétitifs. Nous avons subi une délocalisation maîtrisée vers le Maghreb et les pays de l'Est ; Devernois a par exemple développé des franchises, Deveaux a racheté Armand-Thiéry. Toutes ces entreprises de texti-

le se battent et s'adaptent pour continuer à produire.

Le textile « made in France » a donc de l'avenir ?

Nous avons fait évoluer nos effectifs, le personnel de production a été remplacé par du personnel de magasin et des commerciaux : c'est la preuve qu'en France, on peut conserver de la fabrication et se développer au niveau commercial. Cela demande du savoir-faire, de la réactivité pour pouvoir livrer rapidement et coller au marché en court terme. Défendre le « made in France », c'est un défi que l'industrie textile est prête à relever. ■

Recueilli par Tania Messaoudi

Des défilés dans des lieux d'exception

Après New York, Londres et Milan, c'est au tour de Paris d'accueillir la présentation des collections prêt-à-porter hiver 2013-2014 des maisons de haute couture. Du mardi 26 février au mercredi 6 mars, la Fashion Week (semaine de la mode) va accueillir près d'une centaine de défilés. Neuf

jours d'un marathon très couru, pour découvrir les tendances de la prochaine saison. Prestige oblige, les défilés se déroulent bien souvent dans des lieux d'exception comme le Grand Palais, le Palais de Chaillot ou le Palais de Tokyo notamment.

Mais il faut montrer patte

blanche pour assister aux défilés de cette Fashion Week. Il est en effet très difficile d'obtenir des places si l'on n'est pas journaliste, blogueuse de mode, mannequin ou clientes des maisons de haute couture, comme Victoria Beckham par exemple.

M.C.