

# Le groupe textile Miroglio met ses fils au vert

Le géant italien a présenté au Salon Expofil la technologie Newlife, qui repose sur l'utilisation de polymères recyclés.

Le géant italien du textile et de l'habillement Miroglio veut miser sur les technologies vertes. Depuis cinq ans, sa division filature, spécialiste du polyester, planche sur un vaste projet industriel qui repose entièrement sur l'utilisation de polymère recyclé. «De nombreux filateurs proposent déjà des fils polyester recyclés, remarque Stefano Cochis, directeur de la division Filature Miroglio. Notre projet, toutefois, va bien au-delà du simple fil. Nous avons reconstitué toute une filière, qui nous permet de proposer une vaste gamme de produits.» Baptisée Newlife, cette nouvelle marque – qui englobe la nouvelle collection, ainsi que le processus industriel – a été officiellement présentée à Paris lors de la dernière édition du Salon Expofil. «Cela fait déjà un an, cependant, que nous la testons sur le marché avec quelques clients importants», tels que l'américain Avery Dennison, spécialiste du marquage et des étiquettes textiles, ou encore le groupe Bekaert Textiles, fabricant de tissus et de maille, tandis que le tisseur italien E. Boselli & C a déjà développé la première ligne de tissus Newlife, également présentée en exclusivité à Expofil.

Malgré un prix supérieur d'environ 15 à 20% par rapport à un polyester vierge, «notre produit a séduit et correspond à une nouvelle tendance dans le développement des affaires et des activités industrielles», estime le dirigeant. A tel point que, à l'horizon 2015, toute la production de fils continus polyester du groupe Miroglio – soit quelque 9.000 tonnes annuelles – sera réalisée à partir de polymère recyclé.

Newlife entre dans le cadre d'une politique beaucoup plus ample de respect de



LE STAND NEWLIFE A EXPOFIL. Le projet de Miroglio va au-delà du simple fil : il concerne toute la filière. Expofil

l'environnement. Collaborant avec des partenaires locaux, Miroglio a, en effet, constitué dans la région du Piémont, où se trouve sa filature, une vraie plate-forme industrielle, qui va de la récupération des bouteilles au lavage et au tri, confiés à Demap, un spécialiste du secteur, avant l'étape finale, soit la transformation mécanique de ces matériaux en polymère, lequel permettra ensuite d'obtenir un fil continu de polyester, écreu ou teint en masse.

## Traçabilité

Selon une simulation sur trois ans opérée par la société anglaise Waste & Resources Action Program, les niveaux de pollution seront significativement réduits, permettant une baisse des émissions de dioxyde de carbone (environ 90.000 tonnes) et une forte réduction de la consommation en eau (soit 1,3 milliard de litres), tandis que quelque 72.000 tonnes de plas-

tique trouveront ainsi une seconde vie. «La filière est entièrement italienne et nous garantissons toutes les étapes, ce qui nous

permet une réelle traçabilité», note Stefano Cochis.

Ce processus industriel a d'ores et déjà obtenu la certification *Oeko-Tex*, ainsi que le label *Plastica Seconda Vita*, accordé par l'Institut italien des plastiques. Filature Miroglio est également membre de *Class*, l'association italienne créée en 2007 pour soutenir, promouvoir et coordonner les entreprises qui développent des produits ou des technologies éco-compatibles – dans les secteurs de la mode, du linge de maison et du design – via ses trois show-rooms, situés à Milan, à Londres et à New York.

Miroglio a dû investir quelque 2 millions d'€ dans son propre outil, afin d'adapter ses machines aux exigences du polymère recyclé, plus difficile à travailler, et d'obtenir ainsi une qualité identique à celle de fils en polyester classique. La gamme de produits – une centaine de fils disponibles, en différentes jauges – peut ainsi se plier à toutes les utilisations et supporter les contraintes des différentes phases industrielles, qui les transformeront en maille ou en tissus, depuis la polaire jusqu'au velours, en passant par toutes les applications nécessaires aux secteurs de la lingerie ou des tissus de décoration.

La division Filature Miroglio développe une dizaine de marques de fils, destinées à différents secteurs d'activité, de la mode aux tissus de protection. En 2010, elle a réalisé un chiffre d'affaires de 50 millions d'€ (+30%), soit 20% des ventes totales de produits textiles du groupe (Miroglio est présent également dans le secteur du tissage et de l'impression). Quelque 50% des ventes de la filature sont réalisées à l'international.

P.M. ●

## Jack Wolfskin avance au sprint

La marque d'outdoor enchaîne les exercices à deux chiffres.

JACK WOLFSKIN entend continuer de grandir à vive allure. En grande forme, la marque-enseigne d'outdoor allemande prévoit une nouvelle croissance de plus de 20% de ses ventes en 2011. En 2010, elle a déjà réalisé pour la septième année consécutive une croissance à deux chiffres. Cela a permis à la marque de porter son chiffre d'affaires à 304,2 millions d'€ (+21% par rapport à 2009). En cinq ans, les ventes de Jack Wolfskin auront aussi été multipliées par trois.

Si elle s'est longtemps appuyée sur son marché intérieur, la marque profite désormais d'un «très fort développement» en Grande-Bretagne, en Italie, au Benelux ou encore en Chine, où elle a notamment doublé son nombre de magasins (pour le porter à 163). En Europe, Jack Wolfskin compte 260 magasins. De nouvelles nombreuses ou-

vertures sont prévues cette année, avec une concentration notamment en France, en Grande-Bretagne, en Suisse, en Autriche, au Benelux, en Italie et sur les marchés asiatiques. Le groupe continue d'être porté par le succès de ses vêtements fonctionnels mais est également de plus en plus tiré par ses familles équipements et chaussures.

Face à ce dynamisme et aux promesses d'un marché de l'outdoor en plein boom, les propriétaires de Jack Wolfskin, Barclays Private Equity et Quadriga Capital, qui veulent se séparer de l'enseigne, auraient des exigences de prix très élevées. Selon le *Financial Times Deutschland*, quatre candidats seraient sur les rangs (dont le fonds d'investissement américain Blackstone), et la date de remise des offres aurait été fixée à ces jours-ci.

JULIEN BELS, A MUNICH ●

# TEXMED

Tunisia 2011

12<sup>ème</sup> EDITION

# Salon

Euro-Méditerranéen de l'Habillement

8 - 9 - 10  
JUN 2011

PARC DES EXPOSITIONS  
DU KRAM - TUNIS

Univers  
produits

L'offre Euromed  
la plus attractive

Organisateurs | Organisers

FENATEX TUNISIA EXPORT CETEX

texmed@tunisiaexport.tn www.texmed-tunisia.com