

Campagne Textstream Le textile cherche désespérément à embaucher

Après le lancement de Textstream en 2006, l'extension et le développement en octobre 2007, tout le monde est à présent sur le pont pour la prochaine campagne d'image du secteur flamand du textile.

Le 18 janvier déjà, Fa Quix, directeur général de Fedustria, a fait un appel pressant sur radio 1. Il y a eu ensuite une conférence de presse et un exposé sur une campagne d'image étendue en présence d'une cinquantaine d'entreprises du secteur du textile, mais également des sociétés de sous-traitance et des services liés au secteur. Tout cela afin de former une plate-forme d'information la plus large possible pour sensibiliser le grand public, complétée par des informations sur les possibilités de formation. Grâce à des chiffres probants, Fa Quix prouve que l'industrie belge du textile a évolué d'un secteur à forte utilisation de main-d'œuvre vers un secteur à fortes connaissances 'en croissance'. Mais il y a un urgent besoin en main-d'œuvre. *Cinq cents postes ne sont pas occupés. 2.000 travailleurs du textile du nord de la France travaillent déjà en Flandre occidentale.* Pour encourager jeunes et moins jeunes à choisir un poste dans le secteur, un site Web a été créé. Le long de la E17, l'autoroute du textile entre Saint-Nicolas et Mouscron, de grandes banderoles ont été placées le long des entreprises complétées par des bourses d'emploi et des films promotionnels. En octobre, Textstream organise un salon avec Futurotextiles pour présenter les applications innovantes du textile.

Info: www.textstream.be

C.B.



Campagne d'image Textstream. © Textstream



Guide pratique REACH © FEB

Workshop de la Commission européenne sur REACH

Depuis le 1^{er} juin 2007, le nouveau règlement européen relatif aux substances chimiques, mieux connu sous le nom de REACH, est entré en vigueur. Pour quelques 30.000 substances, les entreprises sont désormais priées de fournir un certain nombre d'informations relatives aux substances qu'elles produisent, utilisent ou importent sur le territoire de l'Union européenne. C'est donc une nouvelle ère d'adaptation qui s'ouvre pour le monde industriel quel que soit le secteur d'activité.

Acronyme de «Registration, Evaluation and Autorisation of CHemicals», REACH ne touchera pas seulement les acteurs de la chimie, des métaux ferreux et non ferreux qui rédigent actuellement une fiche de données de sécurité (FDS). D'autres secteurs tels que l'industrie du béton, du bois, du verre, des cosmétiques, de la peinture, du papier, de l'automobile, de l'énergie... sans oublier du textile sont également concernés par cette nouvelle réglementation.

Le 12 mars au Centre Albert Borschette à Bruxelles, les services de la Commission européenne ont organisé un atelier d'une journée sur le thème REACH et l'industrie du textile et de l'habillement. Plus d'une centaine de participants avaient fait le déplacement. D'un point de vue pratique, de nombreux aspects essentiels de REACH ont été abordés parmi les orateurs représentant les autorités publiques, l'industrie chimique, l'industrie du textile et de l'habillement dont Euratex avec la présence de sa présidente Michèle Tronconi et d'organisations syndicales.

J.R.



La fraîcheur active des microcapsules de Devan Chemicals.

MoTIV Un congrès européen de networking pour le textile et la confection

MoTIV-partners (Creamoda, IREC, Centexbel, Fedustria, Devan Chemicals, SYNTRA) ont organisé pour la première fois un congrès européen de networking à l'automne dernier. L'initiative avait pour but de rassembler des chercheurs et des entreprises au sein de la chaîne d'approvisionnement du textile, de la confection et de la distribution.



L'innovation de Devan réside dans le stretch et le confort du vêtement.

Le programme d'une journée a permis aux experts de différents pays européens d'expliquer des réalisations récentes qui doivent porter le textile et la confection à un niveau supérieur. Les thèmes allaient de l'évolution dans l'enseignement supérieur à l'institution de la connaissance en passant par l'éthique et les scandales dans l'industrie de la mode, la situation actuelle des projets européens Leap Frog - des couleurs et impression digitale ou MiraLab (Virtual Fashion Design) qui peuvent donner vie aux vêtements des musées -, les solutions logicielles qui font la différence entre réussir et échouer. Il a également été question de la technologie laser, des applications de plasma atmosphérique ou de traitement par microcapsules (Devan). Plusieurs témoignages d'entreprises comme Luxilon ou Bekaert Textiles ont prouvé le succès de l'innovation, de la technologie et de la spécialisation. Marc Vanparys, qui a clôturé le congrès, a cependant déploré le peu d'intérêt, qui continue à subsister pour jeter un pont avec l'enseignement, surtout de la part de l'industrie. *Le pont digital n'est pas encore un vrai pont, mais un pont-levis, a-t-il avancé.* Il a souligné, en outre, la nécessité d'avoir des chaînes d'alimentation plus courtes et plus personnalisées, des stocks virtuels, du design couplé avec des aptitudes techniques, ainsi qu'une collaboration intense au sein de la chaîne d'approvisionnement.

C.B.