

Revue de Presse sur le Fabriqué en France :

Cuir

Date : Septembre 2017 – Avril 2018

Proposé par : SémioConsult®

Auteur : Anne-Flore Maman Larraufie, PhD

Contact : anne-flore.maman@semioconsult.com



SémioConsult® est un cabinet de conseil pour entreprises et particuliers fondé sur une expertise reconnue à l'international et une connaissance fine du monde de la marque, du luxe et de ses codes. Spécialisé dans la gestion de la marque incluant la compréhension des consommateurs, les problématiques liées au Made in France & Made in Italie, et dans la lutte contre la contrefaçon, il compte dans son portefeuille client des institutionnels, des PME, ainsi que des marques prestigieuses en France et en Italie.

Des conférences et formations professionnelles sur ces différentes problématiques sont par ailleurs organisées à la demande de clients (entreprises, fédérations professionnelles, chambres consulaires, écoles...).

www.semioconsult.com

En poursuivant votre navigation sur ce site, vous acceptez nos et l'utilisation de cookies pour vous proposer des contenus et services adaptés à vos centres d'intérêts et vous permettre l'utilisation de boutons de partages sociaux. .

Longchamp investit dans une nouvelle usine en Vendée

La marque française de maroquinerie a lancé les travaux d'un nouveau site industriel à Pouzauges, en Vendée. Inauguration fin 2018.

LE MONDE ECONOMIE | 20.11.2017 à 10h43 • Mis à jour le 20.11.2017 à 14h36 | Par Juliette Garnier



Des sacs de la marque française Longchamp à la Fashion Week de New York (Etats-Unis), le 8 septembre. Eugene Gologursky / AFP

Le chantier bat désormais son plein. En début d'année, Longchamp a entamé les travaux d'un nouveau site industriel, à Pouzauges (Vendée). L'inauguration est prévue fin 2018. Dans des locaux de 7 000 mètres carrés construits sur un terrain de 5 hectares, la marque de maroquinerie déménagera son atelier situé à une dizaine de kilomètres, à Montournais (Vendée). Ce nouvel atelier devrait mobiliser 11 millions d'euros d'investissement.

Faut-il y voir une nouvelle illustration de la culture made in France qu'aujourd'hui défendent nombre de marques françaises ? Non. Longchamp n'en a pas fait un cheval de bataille. Et pour cause : la marque fabrique seulement la moitié de ses références dans l'Hexagone. « *Le reste provient, notamment, d'ateliers situés à l'île Maurice et en Tunisie, depuis respectivement trente-cinq et quinze ans* », explique Jean Cassegrain, directeur général de Longchamp. La marque fait aussi appel à des sous-traitants chinois et marocains. « *La Chine est, par exemple, le seul pays où aujourd'hui on peut faire fabriquer des valises à roulettes. Toutes les pièces détachées en proviennent* », précise le dirigeant.

Un site polyvalent

En plein cœur du haut bocage de Vendée, le site de Longchamp sera, lui, polyvalent, capable de fabriquer « *toutes sortes de produits* ». Et sa surface est susceptible d'être l'objet d'un agrandissement majeur, de l'ordre de 30 %, ce qui la porterait à près de 10 000 mètres carrés. « *L'atelier de Montournais fait travailler soixante-dix personnes. Celui de Pouzauges en emploiera cent lors de son inauguration et pourrait en employer deux cents à terme* », ajoute le directeur général de la société. En France, plus de huit cents personnes travaillent dans les six sites industriels de Longchamp situés à Segré (Maine-et-Loire), au nord d'Angers, et dans plusieurs départements du grand Ouest.

Le ralentissement du marché du luxe n'a en rien entamé l'ambition...

Quimper : Audrey Alexandre se lance dans la maroquinerie haut de gamme

Chics et élégants. À Quimper, Audrey Alexandre vient de créer onze modèles de sacs à main, très haut de gamme et made in France.

Publié le 20 Déc 17 à 12:44|Modifié le 21 Déc 17 à 17:09



Audrey Alexandre pose ici avec l'un de ses modèles de sac à main. (©Photo fournie par Audrey Alexandre.)

« Chacun de mes sacs à main représente la femme qui doit être élégante à l'extérieur et pétillante à l'intérieur. » **Audrey Alexandre** résume ainsi le concept de ses créations estampillées AA. [Sa marque, ce sont simplement les initiales de cette entrepreneure](#), installée à **Quimper** (Finistère).

Style sobre mais chic

Pour les dessiner, la jeune femme de 43 ans a joué avec les formes, les matières et les couleurs. Elle revendique néanmoins un style minimaliste, sobre mais chic. Cette maman de quatre enfants n'a pas non plus oublié le côté fonctionnel :

Je considère que mon sac à main est un partenaire de la vie de tous les jours. Il s'agit d'un instrument de liberté. Il doit être suffisamment grand et pratique pour aider les femmes.

Cette volonté se matérialise par de nombreux compartiments et poches. **Audrey Alexandre** présente un aperçu de sa collection sur [sa page Facebook](#) :

Cela fait deux ans que cette ancienne responsable des ressources humaines, arrivée à Quimper en 2010, peaufine son projet.

Après avoir acheté une machine à coudre, j'ai commencé à faire des sacs. Des amies m'en ont demandés et m'ont encouragée à me lancer.

Des sacs made in France

En juillet 2017, Audrey Alexandre a créé son entreprise. Depuis fin novembre, elle propose au total onze créations, déclinées en quatre modèles différents. Ils sont en vente sur son site internet. Les prix varient de 540 à 790 euros.

Il faut dire que l'entrepreneure se positionne sur le marché du luxe et du très haut de gamme. Elle est par ailleurs très attachée à la qualité des matières premières et à leur origine.

Elles sont toutes françaises. Pour ma collection, j'ai choisi du cuir de taurillon alpin. Le coton aussi est français comme les fermetures qui proviennent des mêmes ateliers que les grandes marques de luxe.

La fabrication, réalisée à la main, est assurée chez un façonnier, près de **Cholet** dans **le Maine-et-Loire**.

La jeune femme a l'ambition de se faire une place sur le marché international. Pour cela, elle travaille depuis deux semaines avec une attachée de presse, installée à Paris. Audrey Alexandre garde la tête sur les épaules.

Pour l'heure, je cherche d'abord à faire partager mes sacs. Au regard des études de marché que j'ai faites, je sais qu'il existe une clientèle étrangère à la recherche de créations françaises.

Le made in France comme le secteur du luxe sont aussi réputés plutôt porteurs.

Rens. : <https://audreyalexandre.com/>

Bleu de chauffe: artisan maroquinier en Aveyron

Par [Frédéric Martin-Bernard](http://plus.lefigaro.fr/page/fredericmartin-bernard) | Publié le 23/04/2018 à 13:14



Yves Mourta

Fondée en 2009, la marque inspirée des sacs de métier rencontre un franc succès. Une réussite française qui repose sur une réalisation faite à la main et des prix étudiés.

Les monts et les vaux à l'état quasi sauvage du Parc naturel régional des Grands Causses enjambés par le futuriste viaduc de Millau sur plus de 2 kilomètres: Thierry Batteux et Alexandre Rousseau aiment tant ce cadre résumant bien leur marque Bleu de Chauffe, entre tradition et modernité, qu'ils viennent d'inaugurer un vaste atelier de fabrication avec tous les postes de travail ouvrant sur ce paysage. Au fond de la vallée, ils avaient établi leur griffe de maroquinerie inspirée des sacs de métiers en 2009. Depuis des siècles, la région est détentrice de savoir-faire dans les peausseries de qualité, entre les élevages de bovidés dans le Limousin au nord-ouest, les tanneries et mégisseries implantées jamais très loin et, plus au sud, cette sous-préfecture de l'Aveyron qui compta au début du siècle dernier deux habitants sur trois vivant de cette filière. Jusque dans les années 1960, la ganterie était la grande spécialité de Millau. Pour des raisons techniques, la réalisation de cet accessoire fin et étroit n'a jamais eu recours à des machines. Des décennies plus tard, les artisans de Bleu de Chauffe produisent, eux aussi, les modèles à la main de A à Z. Au départ, l'affaire occupait une seule personne.



Designer de formation, Alexandre Rousseau s'est passionné pour la maroquinerie et, plus récemment, les métiers de la filière cuir dans la région de Millau. Les modèles qu'il imagine sont inspirés de vieux sacs de métier, pratiques, sobres et solides... Des critères qui comptent (toujours) beaucoup aux yeux des hommes au moment de l'achat. Yves Mourta

Aujourd'hui, elles sont une vingtaine à monter le Justin inspiré d'une musette de plombier, le robuste Gibus avec des sangles de maintien, le Charles aux airs de doctor's bag ou le Scott à l'allure plus stricte façon serviette de businessman. «J'aime maîtriser les choses», dit Alexandre Rousseau, le créatif du binôme qui s'attache à mettre au point des collections à base de cuir végétal, de toile robuste et de finitions solides, tandis que Thierry Batteux gère davantage leur commercialisation et le business global de la petite entreprise qui édite désormais quelque 15 000 pièces par an. Un succès lié, à la fois, au style rassurant de Bleu de Chauffe, à ses prix pas exorbitants pour du made in France - entre 359 et 445 €, voire 685 € pour des sacs de voyage - et à un référencement dans des belles boutiques à l'échelle mondiale. Cette présence à l'international est doublée d'un site d'e-commerce en interne qui expédie, en moyenne, une trentaine de colis par jour à des particuliers aux quatre coins de la France comme de la planète. «De l'artisanat 2.0», résumant les cofondateurs.

[Bleu-de-chauffe.com](https://www.bleu-de-chauffe.com/fr/)



Frédéric Martin-Bernard

<http://plus.lefigaro.fr/page/fredericmartin-bernard>

Journaliste - [Sa biographie](#)

<http://plus.lefigaro.fr/page/fredericmartin-bernard>

8 abonnés

Ses derniers articles

[Festival International de Mode, d'Accessoires et de Photographie: lance...](#)

[Dolce & Gabbana: un dressing masculin entre grandeur et flambo...](#)