



Revue de Presse sur le Fabriqué en France :

Équipements sportifs

Date : Avril 2018 – Octobre 2019

Proposé par : SémioConsult®

Auteur : Anne-Flore Maman Larraufie, PhD

Contact : info@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-clients des institutionnels, des PME, ainsi que des marques prestigieuses en France et en Italie.

www.semioconsult.com

La SAS Monnet à Montceau-les-Mines : fabricant de la chaussette de sport high remarquable de l'année

Daniel Porte possède une expérience de haut niveau dans le domaine du marketing et du commerce acquise à l'ESSEC. Lorsqu'il rachète, il fixe trois objectifs : le made in France, la technicité des produits et l'innovation. Cinq ans plus tard, l'entreprise vient d'obtenir un ISPO plus remarquables.

Vu 164 fois | Le 21/05/2018 à 07:29 | mis à jour à 15:24



■ Daniel Porte, formé à l'ESSEC, est un "sportif" de haut niveau en matière de management et de marketing. Photo Céjy

Caisse Norme NF525

Les Prix les Plus Bas sur
votre Caisse Enregistreuse !

La société Monnet Sports a été fondée en 1930 à l'endroit même où elle se situe encore aujourd'hui à Montceau-les-Mines. Le sport, elle est transmise aux deux fils Monnet, dans les années 1980. Constatant l'éclosion de nombreuses stations de ski, elle commercialise une chaussette de ski, confortable, pour ne plus avoir froid aux pieds, qui va faire la notoriété de l'entreprise au fil des années. L'activité florissante liée aux chaussettes de sport perdure tout en stagnant quelque peu faute de nouvelles gammes.

Les chaussettes de sports de haut niveau

En 2013, Daniel Porte en devient propriétaire. « J'avais envie de créer ma propre société, de quitter le monde des petits soldats qui affichait une situation saine, avec une équipe performante, un marché bien implanté. J'ai fait une formation pour devenir dirigeant et reprend en main la fabrication de chaussettes techniques associées au sport de haut niveau (la société Monnet fournit l'équipement pendant les glorieuses années 1960 du ski français. « La société, constate-t-il, s'était un peu endormie sur ses lauriers. La marque n'existait pas et le marché devenait concurrentiel. L'ouest de la France et l'international étaient délaissés. Je n'avais pas d'autre marque qui bénéficiait d'une renommée certaine. » [...] »

Céjy

=> [Ecodocs 71](#)

=> [Feuilleter le magazine](#)

A LIRE AUSSI



Sponsorisé

Fastweb

Telefonate illimitate verso tutti i fissi e mobili nazionali



Sponsorisé

Prime Life Tips

Ce drone à petit prix est la plus incroyable invention de 2018



Sponsorisé

oggibensere.com

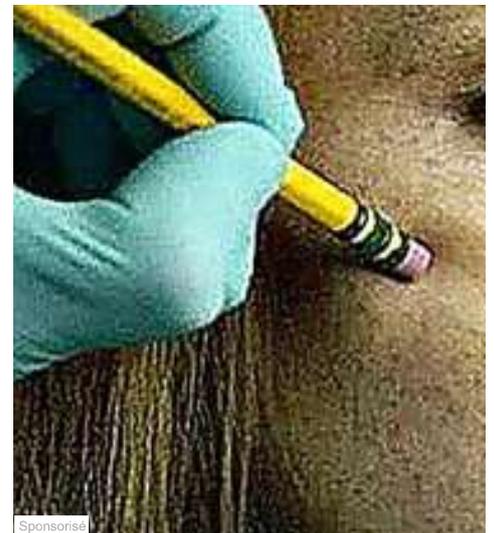
Hai la pancia? Ecco come farla tornare davvero piatta



Sponsorisé

ALFEMMINILE

Ecco com'era Donatella Versace e com'è oggi!



Sponsorisé

it.myhealthyblog.co

Poche donne in Italia conoscono questo trucco p

Le Coq Sportif habille le XV de France



© Brice Bachon / France 3 Champagne-Ardenne

Depuis le 1er juillet, Le Coq Sportif est devenu l'équipementier officiel des rugbymen français. Son usine de Romilly-sur-Seine s'attelle à la confection de ce maillot 100% aubois.

Par IG

Publié le 03/07/2018 à 13:02

Depuis dimanche 1er juillet, l'essai est transformé pour le Coq Sportif. La marque de sport auboise succède à sa rivale allemande Adidas pour

équiper le XV de France jusqu'en 2024. Le contrat a été signé en juin 2017 avec la fédération française de rugby.

Le tout nouveau maillot de l'équipe de France vient de sortir des ateliers de Romilly-sur-Seine, site historique de la marque frappé du gallinacé. Col traditionnel, manche tricolore et coq brodé sur la poitrine, cette tunique se revendique 100% made in France.

Avec ce maillot, toute la filière textile auboise est mise à l'honneur. Tissé et teinté à Troyes, puis taillé et assemblé à Romilly-sur-Seine, cet ouvrage est entièrement conçu dans l'Aube. Un joli coup économique pour les entreprises auboises qui attendent beaucoup des ventes de maillots aux supporters.

Une visibilité mondiale

Ce maillot offrira à la marque une renaissance à l'échelle mondiale. *"Equiper une équipe nationale de rugby qui va bientôt faire une coupe du monde en 2019, au*

Japon, ça permettra de montrer notre savoir-faire de l'autre côté de la terre", se félicite David Pecard, directeur textile chez Le Coq Sportif.

Les joueurs du XV de France arboreront leur nouveau maillot le 10 novembre prochain contre l'Afrique du Sud. En attendant, les supporters peuvent se le procurer dès la mi-juillet.

Le célèbre coq aubois avait déjà orné les maillots des rugbymen français dans les années 70 et 80.

BEAUREPAIRE-EN-BRESSE - SPORT

Le comité départemental cycliste reçoit ses nouveaux maillots

Vu 403 fois | Le 20/07/2018 à 05:00 |



Remise des nouveaux maillots pour le comité départemental cycliste de Saône-et-Loire représenté par son président, Joël Millard. Photo Patrick DUBOIS

La société Tex France à Beaurepaire était en cette fin d'année, mardi 14 mai, à l'occasion de la remise de 25 maillots pour les cyclistes locaux sélectionnés par le comité cycliste de Saône-et-Loire. Joël Millard, coureur professionnel, Monique Brunner et sa fille Adeline Comte, site de stockage Revermont à Beaurepaire, sponsor financier de l'événement.

C'est un maillot 100 % Beaurepaire-en-Bresse, 100 % made in France, confortable 100 % polyester, bi matière et micro-aéré. Le président de l'événement, mais les vacances ne l'ont hélas pas permis. Les passagers de ces beaux maillots bleu marine sur les routes de Saône-et-Loire t

Le Tour de France, une vitrine du savoir-faire Made in France

NADÈGE RIGHI 13 JUILLET 2018



Le 7 juillet dernier se sont élancés les 176 coureurs lors du départ de la 105^è édition du Tour de France. Et si ces athlètes sont bien entendu au centre de l'attention, une telle course ne se fait ni ne se gagne sans le concours accompagnants, équipes, fournisseurs, sponsors, et autres. L'occasion de mettre un petit coup de projecteur sur entreprises françaises du secteur textile qui mettent leur savoir-faire au service de cette prestigieuse course, véritable vitrine de la France dans le monde entier.

L'édition limitée

Le célèbre mouchoir rouge de Cholet s'est habillé de jaune pour l'étape officielle du Tour de France à Cholet 1 juillet 2018. Il est fabriqué sur le seul métier à tisser du Musée du Textile et de la Mode dédié à la fabrication de toile à mouchoir. Ces produits collector fabriqués en quantité limitée sont disponibles à la [vente](#) à l'Office de Tourisme du Choletais et au Musée du Textile et de la Mode.

L'historique

Initié en 1951, et reconfirmé depuis 2012, un accord lie le [Coq Sportif](#), entreprise française spécialiste de la bonneterie et ASO (Amaury Sport Organisation, propriétaire du Tour). Les meilleurs coureurs de la Grande Boucle portent ainsi les maillots distinctifs du Tour: le maillot jaune, vert, à pois et le maillot blanc. Des maillots Made in France aux propriétés ultra-techniques qui font la renommée de la course, qui représentent également des mois de travail en amont selon les profils des coureurs favoris, et qui mobilisent une équipe de « retoucheuses » tout au long de la course, mobilisables au gré des victoires d'étapes.

Avec le Tour, le coq sportif est également partenaire de l'ensemble des courses d'ASO qui comptent parmi les plus prestigieuses : la Vuelta. Paris-Roubaix. Paris-Nice. Critérium du Dauphiné...



La plus « attachante »

La société spécialiste en adhésifs Bostik, a développé une technologie innovante qui sera utilisée pour coller les dossards des coureurs pendant le Tour de France 2018. Partenaire Officiel du 105ème Tour de France, la société a travaillé en étroite collaboration avec les organisateurs de la course pour répondre à la demande, et c'est ainsi qu'environ 15 000 dossards seront distribués à 176 cyclistes en 2018, et seront collés sur les maillots grâce à un adhésif haute technologie Bostik.



Selon la société, la **solution** « intelligente » basée sur sa technologie des adhésifs thermofusibles (HMPSA), est

sans solvant et a permis la production de dossards en tissu plus léger, plus souples et qui offrent un meilleur confort aux coureurs. Conçue pour répondre aux conditions uniques du Tour en termes de résistance au vent, à la pluie, à la sueur, la technologie adhésive a été largement testée avec les derniers tissus légers et permettant d'évacuer l'humidité utilisés pour les maillots des cyclistes, afin que les numéros restent bien en place tout au long des 21 étapes de la course.

La logisticienne

Largement reconnu pour sa fabrication de drapeaux, la société nordiste spécialiste de la signalétique et de l'événementiel **Doublet** est présente sur le Tour de France depuis 2002. Un vrai défi logistique pour l'équipe Doublet (environ 80 personnes) qui doit préparer chaque jour les lignes d'arrivée, les 25 derniers kilomètres de chaque étape et l'ensemble des éléments de communication et de sécurité qui font partie intégrante du paysage de l'événement : les banderoles, les barrières de sécurité et publicitaires, la peinture nécessaire au sol, ainsi que les structures gonflables géantes comme les arches ou maillots.

La passionnée de la petite reine

Mavic est un des célèbres équipementiers de l'industrie du cycle, une société créée à Lyon en 1889, et propriété détenue du groupe Amer Sports depuis 2005 (marques Atomic, Wilson, Suunto, Precor et Salomon). Elle est partenaire officiel du Tour de France et depuis 1985, Mavic suit les plus grandes courses amateurs à travers le



Mais elle est également fournisseur d'équipements de pointes pour l'un des favoris du Tour, Romain Bardet, leader de l'équipe AG2R La Mondiale, qui participe cette année avec une édition inédite et spéciale de la roue tubulaire Cosmic Ultimate. La gamme de roues Cosmic Ultimate est le fleuron de la marque, avec une conception à 100% carbone tressé au niveau des jantes et des rayons en fibres carbone unidirectionnelles.

Par ailleurs, Romain Bardet portera cette saison les chaussures Comete Ultimate et, ultra-légère et ultra-rigide, avec un chausson à l'intérieur, basée sur le même concept innovant qu'une chaussure de ski. Le graphique unique sur les roues et les chaussures, une fresque miniature, célèbre les régions de France traversées en 2018.

coque en carbone, blanches et ultra-légère et ultra-rigide, avec un chausson à l'intérieur, basée sur le même concept innovant qu'une chaussure de ski. Le graphique unique sur les roues et les chaussures, une fresque miniature, célèbre les régions de France traversées en 2018.

En 2018, elles ne sont pas partenaires, mais dans le peloton elles tirent leur épingle du jeu

Ce n'est plus à prouver, les entreprises françaises sont capables de saisir les

opportunités. Dans le sillage de la Grande Boucle, des millions de cyclistes amateurs ressortent les vélos dès le mois de juillet et parcourent toutes les routes de France. Ils peuvent alors s'équiper en partie Made in France chez Noret, marque emblématique dans le secteur des tenues pour les cyclistes, chez Louison Bobet, qui propo-



Deux Normands inventent un vélo avec assistance électrique 100 % made in France

Charles Hurtebize et Guillaume Adriansen, deux Rouennais, viennent d'inventer un vélo avec assistance électrique (VAE), 100 % français et normand. Les deux jeunes chefs d'entreprise espèrent profiter du boom des ventes de deux-roues en France tout en proposant un produit haut de gamme, de qualité et à un prix attractif. Que ce soit sur internet ou chez les commerçants classiques, les ventes de vélo décollent en France depuis quelques années avec une marge de progression à deux chiffres.

Alain LEMARCHAND

PUBLIÉ LE 09/08/2018 À 22:00

MIS À JOUR LE 09/08/2018 À 22:00

TEMPS DE LECTURE : 2 MINUTES



Charles Hurtebize et Guillaume Adriansen avec un de leur prototype. La prochaine étape est la construction d'un vélo mixte...

Sprintant sur le boulevard d'un marché du vélo avec assistance électrique (VAE) en plein essor, deux jeunes Rouennais viennent de créer un vélo électrique haut de gamme, beau, racé et au prix compétitif. Une histoire d'amitié de vingt ans et dix ans de réflexion sur ce projet qui ont conduit **Guillaume Adriansen**, 38 ans, et **Charles Hurtebize**, 35 ans, à imaginer ce deux-roues ressemblant à un fixie, ce vélo à pignon fixe, parfois sans freins à l'avant, qui a fait la réputation des coursiers des grandes villes américaines. Jusqu'à présent distributeurs en ligne de la marque australienne Chappelli Cycles, Guillaume Adriansen et Charles Hurtebize sont avant tout deux passionnés. « *On aime l'objet* », résume sobrement l'aîné des complices, originaire d'**Yvetot**, dans le pays de Caux.

Assemblé en France

« *L'idée de départ est venue en travaillant avec la Chine. Il y a beaucoup de problèmes d'approvisionnement, de délais, de stock. Et puis, le made in France n'existe pas* », résume l'inventeur de la marque « Le vélo, Mad in France. » « *C'est un jeu de mots. Mad signifie dingue en anglais* », sourit Guillaume. Ils ont trouvé une oreille attentive à la Manufacture française des cycles, à Machecoul, près de Nantes. « *C'est le fabricant de la marque Gitane. Ils sont intéressés par ce vélo racé et design de 20 kg destinés au 20-45 ans. Nous avons le cahier des charges de l'usine pour l'homologation, plus celui d'un intervenant extérieur.* » Le cadre en aluminium est fabriqué en Chine. « *Les usines pour souder ces cadres sont toutes là-bas. De toute façon, aucun vélo n'est entièrement fabriqué en France* ». Mais l'assemblage et la peinture - deux coloris, noir mat ou blanc brillant - ont lieu en France.

Du côté des accessoires, « Mad in France » a mis le paquet : selles et poignées en cuir de l'Anglais Brooks, dérailleur du Japonais Shimano, batterie semi-intégrée et moteur de l'Allemand BMZ, pneus à flancs crème et freins à disques hydrauliques des Américains WTB et Promax. Un vélo chic et classe, destiné aux citadins parfois un peu bobo ou hipster. Avec des performances au rendez-vous, ce qui est loin d'être négligeable dans ce marché du VAE où l'on trouve aussi beaucoup de rebuts... « *Cela reste un vélo de ville mais très réactif notamment avec le pédalier speed sensor* », souligne Guillaume Adriansen.

Avec cinq niveaux d'assistance, la conduite est très agréable. Six km/h au départ arrêté pour une moyenne de 25 km/h en pédalant. L'intégration d'un dérailleur avec dix vitesses facilite aussi la prise en main, surtout si l'on se retrouve en panne de batterie. Son autonomie est de 50 kilomètres. « *Tout dépend aussi du poids de la personne, moi j'ai déjà fait 60 kilomètres. La recharge s'effectue en 2 h 30, 80 % de la charge en 1 h 30* », affirme Guillaume Adriansen.

Pour la vente, uniquement sur internet, les deux amis ont bien travaillé leur plan marketing. « *Sur internet, il faut compter un délai de 48 à 72 heures. C'est Géodis, à Évreux, qui s'occupe des livraisons. Pour le service après-vente, nous avons un partenariat avec Cyclofixe. Enfin, pour la vente, nous voulons développer un réseau d'ambassadeurs qui, détenteurs de vélos, pourrait les faire tester aux clients avant la vente. Ils seraient payés à la commission et remboursés au fur et à mesure de la caution de leur vélo...* »

Un marché porteur

Et le prix dans tout ça ? Un peu moins de 2 000 euros. « *C'est un joli vélo ! C'est du haut de gamme et nous sommes bien loin des 3 000 ou 3 500 euros d'un Moustache bikes. Nous avons choisi de faire moins de marge en vendant directement aux clients* », ajoute Guillaume Adriansen.

Les chiffres lui donnent raison. En 2017, le VAE représentait 10 % des ventes de vélo en France. À 1 564 euros, le prix moyen est en très forte hausse. Les mentalités ont évolué : un VAE n'est pas un vélo avec un moteur.

Finis le raisonnement « *si un vélo coûte en moyenne 500 euros, alors un vélo électrique doit coûter un peu plus cher, autour de 800 euros* ». Mais un VAE à moins de 1 000 euros rime souvent avec qualité moyenne et déception pour les utilisateurs. Aujourd'hui, un prix autour de 1 500 euros est bien accepté. Les deux dingues de « Mad in France » ont toutes les chances de décrocher le maillot jaune des ventes !

Plus d'infos : <http://www.levelomadinfrance.fr>

Des ventes en plein essor

Alors qu'un Plan Vélo et de la loi d'Orientation des Mobilité seront présentés en automne, le marché du vélo, avec ou sans assistance électrique, est en plein dynamisme selon l'Observatoire du cycle 2017.

En 2017, 2 782 000 vélos ont été vendus en France, avec une progression très importante du vélo électrique, grâce à la prime de l'État, qui a stimulé les ventes du VAE. Le bonus écologique, tel qu'il existait en 2017, a été reconduit mais avec des conditions plus strictes ; très peu d'utilisateurs y ont désormais accès.

Ce marché se partage entre les détaillants (55 %), puis les surfaces multisports (32 %). Les ventes en ligne par internet ne représentent que 8 % du chiffre d'affaires, mais ce canal est en hausse de +22 %, c'est-à-dire plus rapide que le marché global qui est en croissance de +9,6 %. Les ventes de vélos par internet ne représentent que 3 % du marché mais augmentent de +16 %.

Les ventes de vélo électrique en France en 2017 ont augmenté de 90 % passant de 134 000 vélos à 255 000 exemplaires vendus. Le bonus écologique a dopé cette croissance, mais notons que celle-ci était déjà de +32 % l'année précédente, avant la mise en place du bonus écologique.

SOCIÉTÉ . SOCIÉTÉ . ROUEN

Contenus sponsorisés



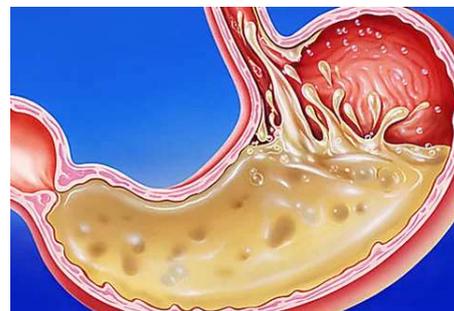
FASTWEB

Telefonate illimitate verso tutti i fissi e mobili nazionali



OGGIBENESSERE.COM

Arriva in Italia l'orologio tattico che sta andando a ruba negli USA



CORPO PERFETTO

VIDEO: 4 distruttori della digestione (evitare)



Accueil > Nouvelle-Aquitaine > Haute-Vienne > Infos > Économie – Social > La société limougeaude BIG Sports prend son envol sur le marché des équipementiers spo...

Économie – Social

La société limougeaude BIG Sports prend son envol sur le marché des équipementiers sportifs

Lundi 13 août 2018 à 18:20

Par Jérôme Ostermann, France Bleu Limousin



La société limougeaude BIG Sports, dont l'un des associés est l'ancien basketteur Frédéric Weis, monte en régime cet été. Après avoir fourni les maillots européens du Limoges CSP la saison dernière, elle a signé des contrats avec une dizaine de clubs en vue de la prochaine saison.



Frédéric Weis et Yann Nouhaud à la boutique officielle du Limoges CSP devant le tout premier maillot de la marque livré en urgence l'été dernier pour la saison européenne du club limougeaud © Radio France - Jérôme Ostermann

Limoges, France

Ils ont saisi la balle au vol ! L'été dernier, le Limoges CSP, engagé tardivement en Eurocup, cherchait des maillots en urgence pour sa campagne européenne. Bigsport, encore balbutiant, a saisi l'opportunité et répondu aux attentes. Désormais, les fruits tombent de l'arbre. Pour la saison prochaine, l'entreprise limougeaude aura une dizaine de clubs sous contrats, notamment le Limoges CSP, Gravelines-Dunkerque et Chalon-sur-Saône en Jeep Elite, Boulogne-sur-Mer et Bordeaux en Nationale 1 et un club de Ligue Féminine.

Une réussite naissante basée sur un argument porteur, le made in France. L'atout maître de BIG Sports selon l'ancien basketteur Frédéric Weis, l'un des quatre associés : "Notre premier argument quand on va voir un club professionnel ou amateur, c'est que l'on travaille français. Et que l'on ne fait pas travailler des petits enfants chinois ! On ne va pas se mentir. Nous sommes un tout petit peu plus chers mais beaucoup plus réactifs, et nos maillots sont livrés avec nom et logo grâce à la technique de sublimation, que ce soit pour les clubs ou les particuliers."

Made in France et réactivité pour séduire les clubs

La réactivité, c'est le deuxième élément clé de ce décollage de BIG Sports sur le marché français de l'équipement sportif selon Yann Nouhaud, très impliqué dans le basket en Haute-Vienne et dans le développement de la marque dont il est aussi associé : "*Certains clubs sont équipés en 12 voir 14 semaines. Nous, on arrive à fabriquer en 4 semaines ! C'est intéressant. Avec la fabrication française, si un nouveau joueur arrive, on peut faire son maillot en 1 semaine. Ce n'est pas donné à tout le monde.*"

Des arguments qui ont déjà convaincu une dizaine de clubs, notamment au niveau local. Au delà de la vitrine Limoges CSP (dont les maillots arriveront en boutique mi-septembre pour le grand public), BIG Sports équipera aussi la saison prochaine les handballeuses de Saint Junien (3e échelon national). Un développement qui devrait déboucher sur l'embauche rapide d'un premier salarié. Si la marque a collaboré avec WhatifBall pour les nouveaux maillots du CSP, il y a aussi la volonté, à moyen terme, de recruter son propre designer.

Mots-clés : [basket-ball](#) [Basket Pro A](#) [entreprise](#) [Limoges CSP](#)

Par :



Jérôme Ostermann
France Bleu Limousin



Sur le même sujet

[Économie – Social](#)

[Et si Limoges avait son marché de la porcelaine à la Toussaint ?](#)

[Économie – Social](#)

[Avec La Poste, la zone de La Grande Pièce à Limoges veut développer son attractivité](#)

[Économie – Social](#)

[Un an après l'incendie de son usine, l'entreprise Minerva oil s'apprête à redémarrer à Meuzac](#)

CONTENUS SPONSORISÉS



Comment apprendre une langue en 20 minutes par jour

Babbel



30 maisons campagnardes à couper le souffle

Maison & Travaux



Lo SmartWatch economico che sta andando a ruba in Italia

oggibenessere.com



TÉMOIGNAGE - À 16 ans, elle craint de se retrouver sans-papiers et à la rue

bleu



La gendarmerie de Montlouis lance un appel à témoins après une agression particulièrement violente

bleu



Montbéliard : une femme frappée par son mari se retranche dans sa chambre avec ses quatre enfants

bleu



L'USINE NOUVELLE

S'inscrire à la newsletter

L'ACTU

EMPLOI & CARRIÈRES

TROUVEZ VOS FOURNISSEURS

NOS ÉVÈNEMENTS ET FORMATIONS

APPELS D'OFFRES

INDUSTRIE EXPLORER

INDICES & COTATIONS

AÉRO AGRO AUTO ENERGIE IA

INDUSTRIE 4.0

SANTÉ RH

QUOTIDIEN DES USINES

ECO

MATIÈRES PREMIÈRES

SUCCÈS ÉTRANGERS

L'USINE CAMPUS

VIDÉO

BLOGS

ET AUSSI

Accueil Sortie d'usine

[Sortie d'usine] Les coulisses de l'assemblage du vélo "Mad in France" à la Manufacture Française du Cycle

RÉMI AMALVY PUBLIÉ LE 29/09/2018 À 18H30

IMAGES La nouvelle marque de vélos à assistance électrique (VAE) Le Vélo, Mad in France va lancer son premier modèle, fabriqué près de Nantes.. L'Usine Nouvelle vous emmène dans les coulisses de son assemblage.



Le Vélo, Mad in France est une nouvelle gamme de vélos à assistance électrique assemblé en France

© Le Vélo, Mad in France



Le vélo électrique permet de rester proche des gens, pour l'aventurier maternel, l'adulte

Le plan vélo instaure une indemnité kilométrique au bon vouloir des entreprises

[Vidéo] Quand Bosch adapte la technologie ABS au vélo à assistance électrique

TWITTER

FACEBOOK

LINKEDIN

FLIPBOARD

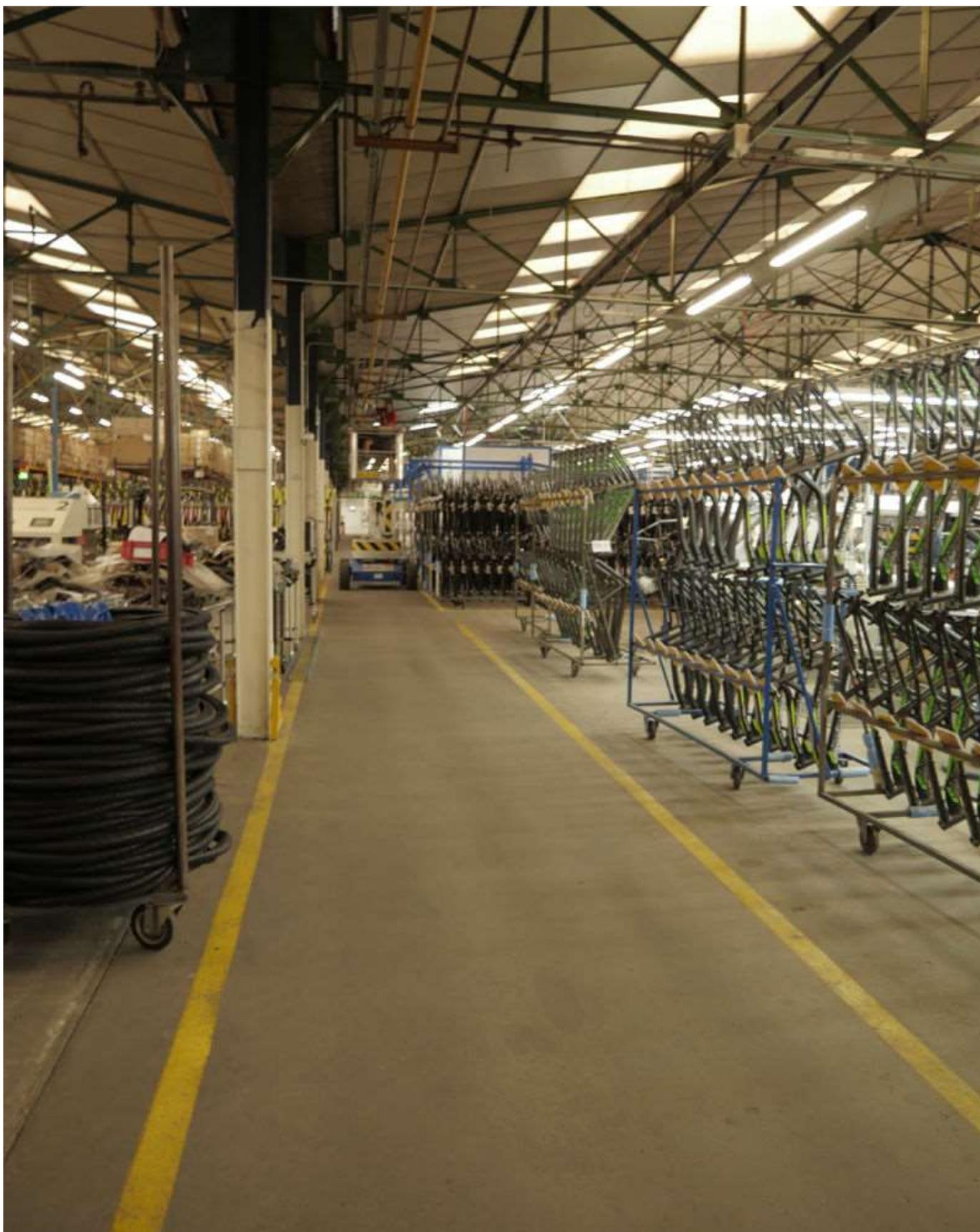
EMAIL

A l'occasion de la présentation du deux-roues de la marque Mad in France, direction son usine de fabrication, la Manufacture Française du Cycle (MFC) dans la commune de Marchecoul (Loire-Atlantique).



Mad in France sous-traite l'assemblage du vélo à la Manufacture française du cycle, premier fabricant de cycles en France. Outre le modèle de Mad in France, MFC fabrique 100% des vélos Nakamura (la gamme d'Intersport), ce qui représente 60% de sa production total), des modèles pour ses propres marques (10% de sa production), comme SUNN qu'elle a racheté en 2014, et pour la grande distribution (entre 10 et 15%).

La partie fabrication de la manufacture est composée de plusieurs pôles. Le pôle peinture, où sont peints tous les cadres à l'aide d'une poudre de peinture réutilisable. De fabrication française, son impact environnemental est nul. Toutes les particules non utilisées sont récupérées afin de servir à nouveau. A la suite de son rachat, la manufacture peignait 10% des cadres utilisés. Elle en peint désormais 80%. Les décorations sont également faites à la main, ce qui a permis de créer entre 50 et 60 emplois.



Le pôle d'assemblage des roues, où le gros du travail se concentre sur les rayons, qui sont enfilés, dévoilés et réglés. Les pneus sont ensuite montés.

Le pôle d'assemblage des vélos est composé de 8 lignes d'assemblage. Chaque équipe produit une vingtaine de vélos par heure. Chaque vélo assemblé subit en fin de chaîne des opérations de finition et de vérification.



Indépendant de la fabrication, un pôle s'occupe de vérifier chaque premier modèle de série. Si des anomalies sont détectées, un autre pôle situé à côté s'occupe de les réparer. Les vélos, dans leurs emballages, sont ensuite stockés dans deux entrepôts de 6000m² chacun, en attendant d'être vendus.



UN VÉLO ÉLÉGANT ET RACÉ

A côté du bureau d'étude, des ateliers servent à tester les prototypes et les échantillons (des versions très proches du modèle final) sur les "torture test" : des essais de choc, de résistances, etc... Pour les différentes pièces, MFC traite avec des sous-traitants qui doivent fournir un certificat garantissant le respect de normes établies en amont. Par la suite, les pièces sont à nouveau testées. En interne pour les mécaniques, et par Métracem, un partenaire, pour les électriques.

L'occasion de jeter un œil à Le Vélo, Mad in France. D'un poids de 20kgs, il a été conçu comme un vélo urbain simple mais polyvalent, "*néo rétro*", "*élégant et racé*", avec une batterie discrète et facilement retirable. Il possède des poignées et une selle Brooks, un garde boue en aluminium pour améliorer la rigidité, une transmission Shimano (dérouleur Shimano 105) et un système de shifter pour changer les vitesses. Son freinage à disques est hydraulique, avec un coupe circuit. Le moteur se situe dans la roue arrière.



Cinq niveaux d'assistance permettent d'atteindre la vitesse maximale de 25 km/h. Un écran sur le guidon propose des informations de base, comme la vitesse, le niveau d'assistance actuel, l'heure, et la température. La pneumatique est d'un volume important, et la bande de roulement centre est très lisse, ce qui permet au vélo de ne pas rebondir et de freiner de manière réactive. L'autonomie de sa batterie est en moyenne de 50km pour une personne de 75kg. Cette estimation, volontairement basse, sert de garantie. Il est vraisemblablement possible de rouler plus longtemps.

Un prototype a pu être testé. La prise en main est très aisée et rapide, et l'assistance permet de filer à toute allure sans aucun effort physique. Attention cependant, lorsqu'elle est allumée, à ne pas freiner trop fort ni même à pédaler dans les virages.



COMMENT EST NÉ LE VÉLO, MAD IN FRANCE ?

Guillaume Adriansen et Charles Hurtebize, amis d'enfance et amateurs de vélos, décident il y a quelques années de vendre exclusivement sur internet des vélos Chappelli. Mais d'importants problèmes ont lieu avec les fournisseurs chinois : stocks incomplets, rayures, etc... A force de vendre à perte, ils décident d'arrêter et de lancer leur propre marque.

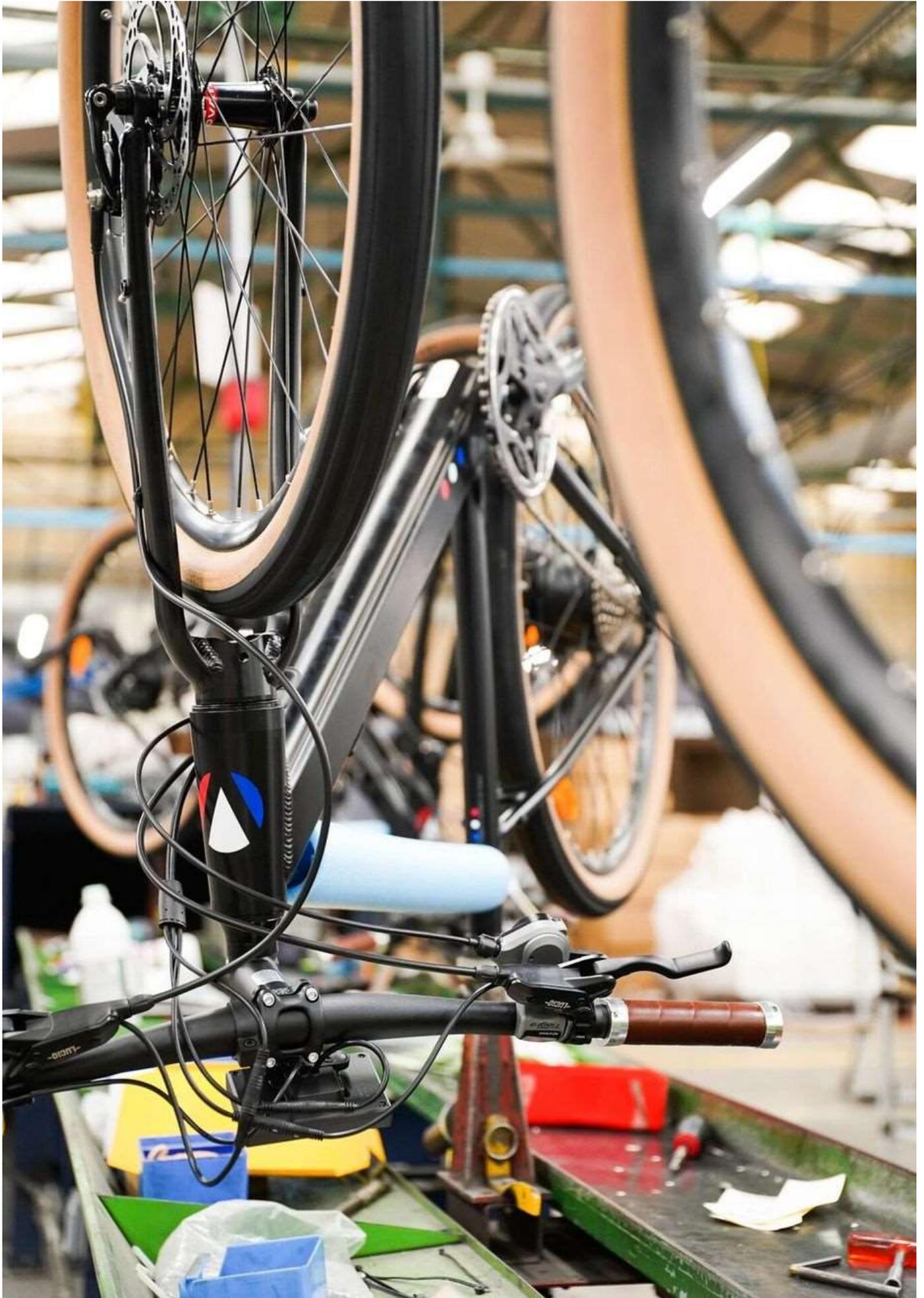
Au début, elle est nommée "Le Vélo", en référence à la compagnie aérienne L'Avion. Mais cela entraîne des problèmes de référencement sur internet. En voyant le prototype, Charles, franco-australien, dit qu'il est "*mad*" (fou en anglais). Le nom évolua alors en "Le Vélo Mad". Il allait également être conçu en France, ce qui finit par donner "Le Vélo, Mad in France".



A ne pas confondre avec "Made in France". L'équipe tient à souligner que si le vélo est entièrement assemblé en France, hormis la poudre, aucun composant n'est français. Même s'ils existent, *"les vélos de fabrication totalement française restent rares et très chers"*. Le Vélo, Mad in France est proposé au tarif de 1990 euros, avec un garde boue en option à 70 euros. Deux modèles (noir et blanc) sont disponibles, et la version femme arrive au printemps. D'ici fin 2019, l'objectif est de vendre 500 modèles hommes et 300 modèles femmes.

UNE VENTE UNIQUEMENT SUR INTERNET

Pour financer le développement de l'entreprise, une [campagne de financement Ulule](#) a été lancée. L'objectif était d'atteindre les 20 000 euros, plus de 44 000 ont été récoltés. Grâce à cette campagne, 125 vélos ont été commandés.



DOSSIER START-UP LYONNAISES



LYON
10 secondes
pour se laver
les dents ?



LYON - START-UP
Grâce à
Studylink ,

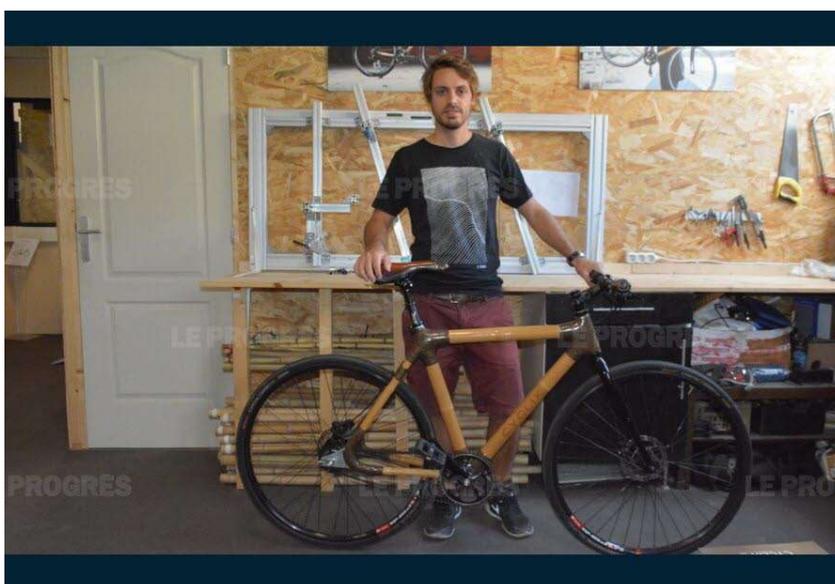
financer les études pour tous...
c'est possible !

CONSO

Cyclik fabrique des vélos sur mesure en bambou

À 31 ans, Félix Hebert réinvente le vélo écologique en bambou et made in France. Cet ancien cycliste quasi professionnel et ex-étudiant en économie a créé son entreprise, "Cyclik".

Vu 600 fois | Le 08/10/2018 à 10:18 | mis à jour le 14/10/2018 à 13:53 | Réagir



■ Félix Hebert, 31 ans, fondateur de "Cyclik" est dans son atelier avec une de ses réalisations : le vélo en bambou. Photo Dorothée OKÉ

Il aurait pu être cycliste professionnel, il est devenu chef d'entreprise. Sans pour autant abandonner la petite reine, bien au contraire. Félix Hebert, 31 ans, conçoit dans son atelier de Bel Air Camp, des vélos sur mesure en bambou.

Cycliste depuis l'âge de 7 ans et avec dix ans de compétitions au compteur, il aurait pu passer au niveau professionnel. Mais il a abandonné, provisoirement, ce projet pour se consacrer à ses études à Lyon... Après son master 2 d'économie en 2014, il intègre une entreprise d'audit où il travaille en tant que consultant pendant deux ans. Mais il se rend rapidement compte que ce milieu ne lui convient pas. Il fait alors le choix de revenir à ses fondamentaux : sa passion pour le vélo.

Le bambou, c'est confortable

Félix Hebert lance en octobre 2016 son projet entrepreneurial, sous le nom de "Cyclik". Sa petite entreprise est spécialisée dans la fabrication de vélos sur mesure avec des produits locaux, 100 % made in France. « J'avais envie de créer une start-up qui avait du sens pour moi, une forte valeur qui cumulait mes études avec la gestion d'entreprise », indique-t-il.

Étant un passionné du vélo, Felix Hebert a quelques fois des maux de dos, de bras. Ces symptômes sont dus au cadre carbone des vélos. Toutes les vibrations de la route sont retransmises dans le corps, ce qui entraîne des douleurs dans les membres supérieurs.

Après avoir mené quelques recherches, il découvre une matière naturelle, le bambou, qui a les mêmes caractéristiques que le carbone mais offre un rendu plus confortable.

« Je voulais fabriquer mon propre vélo. J'ai utilisé une matière végétale comme le bambou, car il absorbe les vibrations, ce qui donne un effet confortable. Dans le même temps, au niveau de la rigidité, du rendement du vélo, c'est l'équivalent au carbone », explique Félix Hebert.

De 3 000 à 5 000 € pièce

Une cinquantaine d'heures lui suffisent pour réaliser un vélo personnalisé dont le cadre est en bambou, originaire du Gard. Les parties de jonction sont en lin, qui provient de Normandie, avec de la résine qui permet d'agglomérer le lin et de le coller à la tige de bambou.

Après avoir obtenu la certification européenne ISO 4 210 en mars 2017, l'artisan-startuper se lance aussitôt dans la partie commercialisation. Quelques exemplaires sont vendus la même année. Les prix varient de 3 000 à 5 000 €. La santé a un prix !

Chaque vélo est adapté à la morphologie et au gabarit de son client. Ce qui donne un côté authentique et personnalisé à chaque produit. « Je réalise des vélos qui ressemblent à mes clients, quelque chose d'unique et d'atypique », conclut Félix Hébert.

Atelier dans le Bel Air Camp, 11, avenue de Bel-Air (uniquement sur rendez-vous) contact@cyclik.fr

> Retrouvez toutes nos rubriques sur [Lifestyle](#)

De notre correspondante Dorothée Oké

A LIRE AUSSI



oggi benessere.com

Sgonfia tutto il corpo
e brucia i grassi in
eccesso



ALFEMMINILE

Ecco com'era
Donatella Versace e
com'è oggi!



Fastweb

Telefonate illimitate
verso tutti i fissi e
mobili nazionali



NATIFLY

Biglietti da Visita, Scopri tutti i
Modelli e le Migliori Stamperie



CHILI

Coco – Guardalo su CHILI



Nouvelle agression
homophobe: frappée
parce qu'elle ...



Une dispute éclate, le
bus fait une chute
mortelle



« Commémorer, tout
sauf ringard »



ELVENAR

Le jeu addictif de l'année



GAZZETTA DELLO SPORT

Ufficiale: Italia a Mancini Domani
la presentazione

Tweeter

Partager 24

G+ Share



ENVOYER À UN AMI

IMPRIMER

Tags: RHÔNE - VILLEURBANNE ET CALUIRE - VILLEURBANNE - LIFESTYLE - CONSOMMATION

Trotlux : les trottinettes made in Honfleur qui font fureur

Elles s'affichent comme étant les seules trottinettes électriques made in France : les Trotlux, fabriquées à Honfleur (Calvados), sont en plein essor.

Publié le 15 Oct 18 à 17:16



Dans l'atelier de fabrication des Trotlux sur la zone industrielle de Honfleur, l'ambiance est au beau fixe ! (©Le Pays d'Auge)

Qui aurait cru il y a seulement un an, quand **Frédéric Tran** a ouvert son petit magasin rue des Lingots à **Honfleur** (Calvados) que les **trottinettes électriques Trotlux** soient en 2018 l'objet d'un stand au **Salon de l'Auto** à Paris ? En l'espace de quelques mois, la

société que ce néo-Honfleurais a montée de toutes pièces après avoir tenu un magasin d'ustensiles de cuisine, fait aujourd'hui travailler 6 personnes, que ce soit à l'atelier de fabrication (dont l'emplacement est gardé secret sur la zone industrielle du Poudreux), ou à la boutique au 20 rue des Lingots.

De 25 à 45 km d'autonomie

Il faut dire que le produit imaginé par cet ancien architecte designer reconverti dans le commerce, est une première en France : la création de trottinettes électriques dont la quasi-totalité des matériaux sont eux-mêmes fabriqués en France. Hormis le moteur importé de Chine, la visserie qui vient d'Allemagne, et les pneus de tondeuses autotractées estampillées toutes marques, **Trotlux** contrôle l'origine de l'ensemble de tous ses autres composants. Mêmes électriques. Surtout électriques même, comme l'explique Frédéric Tran :

Le problème des fils électriques chinois c'est la qualité. Nos fils sont beaucoup plus résistants. On les soude nous-même .

Et le résultat est à la hauteur de la qualité des matériaux utilisés : **Trotlux** est produit d'un genre nouveau, bien loin de la

patinette électrique en libre-service dont s'arrachent en ce moment les citoyens parisiens.

La Trotlux se positionne comme un engin haut de gamme, aussi confortable qu'un petit scooter avec siège en cuir amovible. Mais à la différence de n'importe quel cyclomoteur, la Trotlux ne nécessite pas d'avoir de permis de conduire, la vitesse des Trotlux étant limitée à 25 km/h.

Pliables, elles peuvent même rentrer dans le coffre d'une voiture. Le moteur actuellement de 500 watts, pourrait à l'avenir se développer pour atteindre l'objectif des 1 500 watts. Conçues dans le Loiret, les batteries de 12 ampères offrent une autonomie de 25 km, celles de 23,4 ampères une autonomie de 45 km.

Toutes nos batteries sont situées sous les pieds de l'utilisateur, et sont absolument étanches.

Les contrôleurs électriques sont fabriqués dans l'Orne, les fourches et les cadres sont fabriqués en Seine-Maritime, par les compagnons du Devoir, à TS2M tout près de Saint-Romain-de-Colbosc.

Le patron, Romain Bailleux, est même devenu associé de ma société cet été.

Les selles en cuir, elles, sont fabriquées encore plus près : c'est Lisa Tesson, couturière, qui les conçoit dans son atelier à Genneville.

Modèles personnalisables

Frédéric Tran, qui fourmille d'idées pour développer ses produits, a même inventé toute une panoplie d'accessoires : le double siège, le chariot de course qui s'accroche derrière, la remorque de jardin, le panier amovible, le support pour la selle du cavalier, le klaxon, les clignotants, l'alarme, les rétroviseurs, le siège pour enfants, le crochet d'attelage, l'emplacement pour la canne des personnes âgées (ou la canne à pêche pour les pêcheurs)... La plupart des modèles sont personnalisables à la commande :

le client choisit tout, jusqu'à la couleur du fil utilisé pour coudre la selle

Avec une entrée de gamme à 2 000 euros pour son **modèle City**(jusqu'à 3 340 euros pour les autres), Trotlux s'adresse à une clientèle surtout locale.

On est dans une ville très touristique où le problème du déplacement et du stationnement est concret. On donne ainsi de la mobilité à ceux qui rencontrent

toutes sortes de contraintes pour se déplacer : les personnes âgées, les personnes handicapées... Notre plus jeune utilisateur a 9 ans, le plus âgé 92 ans. On reçoit aussi des commandes pour des sociétés de location, des sociétés de ménage, et pour des collectivités. On a par exemple deux Trotlux en prévision de fabrication pour la police municipale de Honfleur



Emmanuel Macron était venu à Honfleur en novembre 2017. Frédéric Tran lui avait présenté les Trotlux. (©Trotlux)

Au commencement des Trotlux, une passion pour le « démontage »

Du dessin de meubles à Paris à la création de trottinettes électriques à Honfleur, il n'y a qu'un pas. **Frédéric Tran**, ancien architecte designer, a vécu sa véritable reconversion professionnelle à l'âge de 44 ans. « J'avais une maison de campagne à Saint-Pierre-du-Val

Une jupe Made in France pour pratiquer les sports nautiques



En dessinant la première jupe de bain, Catherine Mas a créé une alternative aux shorts de bain masculins ou aux simples maillots de bain, pas très pratiques pour les sportives. **LP/Catherine Lagrange, Môme Kawet/Catherine Mas**



Fabriquée en
toile, elle permet
de pratiquer les
sports nautiques,
ou d'habiller ses

rondeurs.

A 53 ans, Catherine Mas vient de réaliser son rêve de petite fille. Enfant sportive, seule fille dans une famille de garçons, « la môme Kawet » comme on l'appelait alors, passait ses étés à l'île de Ré entre voilier et planche à voile. « Et j'étais très mal à l'aise à pratiquer ses sports nautiques en maillot de bain », se souvient-elle, « j'étais jalouse des shorts de bain des garçons dans lesquels ils pouvaient tout faire et qui séchaient en 10 minutes. »

Près de quarante ans plus tard, après une carrière de cadre et un licenciement, la Lyonnaise se sent pousser des ailes d'entrepreneuse. Pour lancer sa start-up, l'idée est toute trouvée, ce sera la « jupe de bain » de ses rêves qu'elle nomme évidemment « [Môme Kawet](#) ». « Elle doit permettre d'exercer les sports nautiques en toute liberté et de façon élégante », résume Catherine « C'est une jupe portefeuille fabriquée dans une toile qui sèche en 10 minutes, déperlante, résistant aux accrocs, suivant les mouvements et équipé d'un œillet pour sa fermeture ». Un produit

unique, Made in France, qui a même fait l'objet d'un dépôt de brevet.

Dimanche dernier, au championnat Lyon-Kayak, la jupe a fait un tabac auprès des concurrentes. Comme c'est le cas dans toutes les compétitions sportives où la startupeuse la présente. Catherine imagine déjà les filles la porter aux JO à la place des bermudas peu saillants...

Catherine Lagrange

Sports

Même Kawet

Sports nautiques

Catherine Mas

avec la centrale



**+ de 300.000
annonces autos et
motos pour
changer de
véhicule**

Guide Shopping Hygiène

Réductions Sport

Codes promo Nike

Réductions Spartoo

Le Parisien

Le Parisien

Le Parisien

Le Parisien

RUGBY

Les secrets de fabrication des nouveaux maillots du XV de France

Le nouveau maillot des équipes de France de rugby (XV, Seven, hommes et femmes) est désormais siglé Le Coq Sportif pour les six prochains mois. Production 100% Made in France et fait travailler les entreprises proches de l'usine troyenne de la marque de sport. Reportage.

VU 152 FOIS | LE 03/11/2018 À 10:38 | 0 RÉAGIR |



Serge Simon, Bernard Laporte et Marc-Henri Beausire le 30 octobre, dans les locaux du Coq Sportif à Romilly-sur-Seine. Photo François NASCIMBEN

Les joueurs et joueuses des équipes de France de rugby auront de nouveau deux coqs sur la poitrine, et ce dès la tournée d'automne.

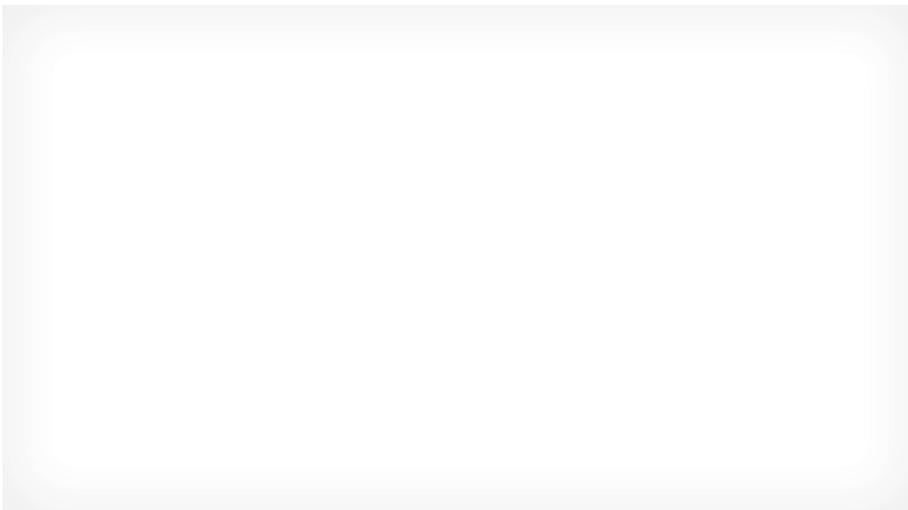
Fournisseur historique de la FFR, Le Coq Sportif a été choisi l'an dernier pour équiper les XV et les équipes de Seven des Bleus pour les six prochaines saisons (2



Le nouveau maillot du XV de France. Photo M.W.

Le fruit d'une réflexion qui a été mûrie longuement par Serge Simon, vice-président de la Fédération et Marc-Henri Beausire, patron suisse du Coq Sportif, qui a Dreyfus) et l'a fait revenir en 2010 dans ses locaux historiques de Romilly-sur-Seine, près de Troyes (Aube).

PUBLICITÉ



Revenir au Made in France

L'enseigne a aussi décidé de revenir aux fondamentaux pour la conception de ses produits : depuis 2013 le fil est tricoté et maillé chez Aube Tricotage à une qu France Teinture, distante d'environ 30 kilomètres.

Un mode de fonctionnement qui a fait son effet dans le choix de l'équipementier par le bureau dirigeant de la FFR en 2017. "J'ai vécu des moments émus incarnant des métiers. J'ai été fasciné devant le tricotage et la teinturerie", raconte Serge Simon lors de la présentation du maillot à la presse le 30 octobre de 2017. L'ADN du partenariat, c'est bien la fabrication française."



Serge Simon et Bernard Laporte pendant la présentation du partenariat de la FFR avec Le Coq Sportif. Photo M.W.

Comme lui, nous avons pu retracer les différentes étapes de la fabrication des maillots que porteront les joueurs et joueuses des équipes de France de rugby.

Transformer le fil en maille

La visite commence chez Aube Tricotage, à Sainte-Savine, dans la banlieue troyenne. Cette entreprise de la préfecture auboise, connue comme la capitale ancestrale à Troyes et y a sorti son premier polo, est l'un des derniers tricoteurs à façon en France.

Le principe est simple : des bobines de fil de Turquie, choisies avec minutie en collaboration avec Le Coq Sportif, sont transformées en grands rouleaux de tissu. Ces rouleaux tournent à longueur de journées et de nuits pour étirer les fils avant de les coudre entre eux, sous la surveillance des employés.



Une des machines de tissage. Photo M.W.

Le maillage des fils à Aube Tricotage



Le Coq Sportif a imposé une contrainte supplémentaire pour le nouveau maillot des Bleus et Bleues, rajouter du coton dans les maillages, alors que les tunique sont totalement confectionnées en synthétique.

Un maillot "double face"

Deux faces composent donc le nouveau produit : une est en polyester et l'autre est un mélange de coton et de polyester. Une unicité dans le domaine sportif, que les joueurs, principaux concernés, pour vérifier la solidité de la tunique.

Un défi, réussi, qui contribue aussi à la prospérité retrouvée de l'usine de tricotage, au bord de la faillite en 2013 et pour qui Le Coq Sportif a "été un grand ballon visite. Ainsi, de 70 tonnes de fil tricotés par an en 2013, Aube Tricotage est passée à 700 tonnes cette année !

Après le filage des mailles entre elles par les machines, les rouleaux de tissus, qui pèsent entre 20 et 30 kilos, sont vérifiés. Mais pas par une machine. Da expédition à la teinture. Avec un jeu de miroirs, il examine les deux côtés simultanément alors que le tissu défile sur un tapis descendant.

Le contrôle qualité du tissu à Aube Tricotage



Les bacs qui stockent le tissu fraîchement teint, Photo M.W.

Choisir la bonne teinte de

Les rouleaux partent ensuite chez une dizaine de kilomètres de là. Une dizaine d'entreprises.

Créée en 2004, sur les restes connus des heures difficiles avec Le Coq Sportif, qui a eu la volonté de fabriquer ses produits en cette entreprise proche de ses locaux.

Mais avant de traiter le tissu, il faut que des propositions ont été refusées avec une négociation entre Le Coq Sportif et Etienne !



Le bleu du nouveau maillot de l'équipe de France et le vert "historique" de Saint-Etienne. Photo M.W.

Place ensuite à la "chimie", selon les termes de Denis Arnoult, le directeur. L'élaboration du bleu passe par un savant mélange de produits chimiques et d'huile,

Fixage et séchage du tissu

Quand la teinte est bonne, il faut la fixer sur le tissu. Les rouleaux sont cousus entre eux et passent dans une sorte de machine à laver, qui doit imprégner la heures pour la matière simple et 14 heures pour la double-face du maillot de rugby.

Fixage de la couleur sur le tissu à France Teinture





Le tissu après le premier essorage. Photo M.W.

Très lourd après la teinture, le tissu est séché en plusieurs temps. Le tissu est séché d'abord dans un premier séchoir où il perd une grande partie de son poids. Il passe ensuite dans un tapis sécheur par le processus de coloration.

Comme à Aube Tricotage, la qualité est contrôlée à chaque étape. Comme à Aube Tricotage, la qualité est contrôlée à chaque étape. Comme à Aube Tricotage, la qualité est contrôlée à chaque étape.

Le tissu après le dernier séchage à France Teinture



Assemblage final

Direction alors l'usine du Coq Sportif, à Romilly-sur-Seine, pour la dernière étape de fabrication du maillot. Plus de 100 salariés travaillent à la conception des produits estampillés de la marque au coq, également fabriqués en France, sont assemblés au Maroc.



Là encore, on distingue plusieurs machines, le flocage du sponsor (buste et dos), sur de petites machines. Certaines coutures sont également le maillot non-concluants.

L'atelier de conception du Coq Sportif. Photo M.W.



Les pièces du maillot sont cousues par les employés. Photo M.W.



Le maillot du Seven est au supplémentaire, le flochage du l selon la couleur de base, réalisé Les deux badges des coqs son propose aussi de visiter le show-

Le maillot extérieur du Seven. Photo M.W.

Le flochage du sponsor sur le maillot de XV de France



"Tu es notre maillot"

Les joueurs présents à la présentation semblent en tout cas avoir adopté la nouvelle tenue, Frédéric Michalak, ambassadeur de la marque, en tête.

Le public répond aussi présent niveau ventes, confirme Le Coq Sportif. Ouvriers, supporters, joueurs et joueuses et même Josette Camuset, belle-fille du créateur, tenu à impliquer tout le monde du rugby dans le développement de ce qui sera la seconde peau des XV de France.

Le slogan choisi pour la campagne de publicité vise juste en se voulant rassembleur : "Tu es notre maillot".



Marjorie Mayans, Bernard Le Roux, Serge Simon, Bernard Laporte, Wesley Fofana, Josette Camuset, Marine Ménager, Mathilde Coutouly, Joana Frédéric Michalak. Photo M.W.

Mathieu WAGUETTE

TAGS ► ACTUALITÉ | FRANCE - MONDE | SPORT | FIL INFO

VOS RÉACTIONS (0)



RÉAGIR

CONNECTEZ-VOUS

EMAIL

MOT DE PASSE

Rester connecté

[Mot de passe oublié](#)

[Pas encore inscrit](#)

[Pas encore de compte ?](#)

[CONNECTEZ-VOUS](#)

[CRÉEZ VOTRE CO](#)

CET ARTICLE VOUS A PLU ?

- Devenez fan de notre page [facebook](#) principale et suivez notre compte [twitter](#) pour être informé de l'actu de votre région tout au long de la journée.
- Soyez le premier informé en vous inscrivant gratuitement à nos [newsletters d'alerte](#) et en téléchargeant notre application mobile pour [recevoir les notifications d'alerte](#)



27^e
CONGRÈS
ACE

IA INTELLIGENCE
AVOCAT

17 & 18 OCT

LYON
CITÉ INTERNATIONALE

Cyclik, le vélo en bambou made in France

le 04 décembre 2018 - Sarah FRANCO - Services



Dans son atelier au Bel-Air Camp de Villeurbanne, Félix Hébert conçoit à la main des cadres de vélo en bambou et peaufine ses modèles sur-mesure.

Depuis son plus jeune âge, Félix Hébert est passionné par la petite reine. Enfant, il passe le plus clair de son temps à dévaler les kilomètres de route de sa Haute-Savoie natale. Curieux et touche à tout, il aime aussi monter et démonter son deux-roues pour en examiner les rouages, la configuration du cadre, les jonctions, le design de la selle...

À 16 ans, il s'engage dans la compétition mais fait le choix, quelques années plus tard, de ne pas poursuivre en professionnel pour se consacrer à ses études d'économie et de management à Lyon. « Sans regret, même si, parfois, forcément, en voyant certains potes faire le tour de France, ça donne envie », avoue le jeune homme. Salarié dans un cabinet d'audit financier, il a une idée en tête : fabriquer un vélo en bambou. En 2016, à l'aube de ses trente ans, il décide de quitter son poste pour créer sa start-up, Cyclik.

« J'ai choisi le bambou pour sa rigidité qui reste très confortable. Les fibres absorbent les vibrations, ce qui permet de rouler avec plus d'aisance qu'avec un cadre en carbone ou en acier », explique-t-il.

Il rejoint alors l'Incubateur Jean Moulin Lyon III. Un premier love money de 10 000 €, un financement Inovizi de 12 000 € et une bourse French Tech de 30 000 €, lui permettent de valider son projet. En 2017, son prototype est certifié ISO 4210 qui garantit la résistance et la longévité de son vélo et il remporte le prix de la start-up la plus innovante lors du concours de la Foire de Lyon.

Cyclik est une production française. Les chaumes de bambous viennent d'Anduze, les jonctions de lin de Normandie et les pièces métalliques de Haute-Savoie. Seules les roues proviennent de Suisse mais un projet est en cours avec fabricant Asterion à Charly (69).

Destinés aux cyclo-sportifs en quête de confort, « l'artisan-startupeur » adapte ses vélos aux besoins de chacun.

«J'aime bien comparer mon métier à celui d'un tailleur. Je prends les côtes de mes clients, bras, buste, épaules. Le client fait aussi le choix de ses périphériques sur catalogue. Je passe près de 50 heures sur la réalisation de leur vélo 100% personnalisé», souligne Félix Hébert.

En moins d'un an, Félix Hébert a réalisé une quinzaine de modèles uniques avec quatre gammes disponibles du VTT au vélo de ville dont le prix démarre à partir de 3 000 €.

Seul à la tête de Cyclick et avec un CA prévisionnel de 50 000 € pour 2018, Félix Hébert envisage désormais une levée de fonds pour développer sa petite entreprise et embaucher un commercial.

PARTAGES

Partager

Partager

Partager

Partager

Sarah FRANCO
Journaliste

toutlyonaffiches

@letoutlyon

Ses derniers articles

Les Baguettes Magiques remettent le couvert

Noëud ferroviaire lyonnais : la balle est dans le camp de SNCF Réseau

SERIE D'ETE / FRICHE ALORS ! / L'Usine Vivante fait battre le cœur de Crest



Abonnez-vous à l'offre Papier + Numérique

Le **Tout Lyon** Journal d'annonces légales et d'informations économiques pour le département du Rhône

- › Pour plus de contenu, papier + web
- › l'accès aux annonces légales,
- › l'accès aux ventes aux enchères.

Je m'abonne

Coleen, le e-velo made in France, joue la carte du Vintage et du luxe

Par  [Elsa Bembaron](#) Mis à jour le 23/01/2019 à 16:05

CES 2019 - La start-up tricolore a imaginé un vélo électrique très design aux lignes épurées, pour une clientèle prête à mettre le prix.

La petite reine reprend du galon. Depuis quelques années, le vélo retrouve ses lettres de noblesse, avec des fabricants qui misent sur le design, le beau... Coleen, une start-up bayonnaise, s'inscrit pleinement dans cette tendance. «Nous avons créé Coleen il y a quatre ans et demi, au moment du lancement de Tesla», relate Audrey Lefort, cofondatrice de Coleen. «Nous voulions faire un beau produit, un reprenant les codes de l'automobile vintage, sans pièces en plastique». Le résultat est un «élégant, mixte et intemporel». Le vélo est dévoilé au CES de Las Vegas et les préventes seront lancées à l'issue du salon. Les premiers vélos seront disponibles cet été. La start-up en a commencé la production. Elle a bénéficié du soutien de la région Nouvelle Aquitaine, de Bpifrance, de banques, et vient de boucler une levée de fonds de l'ordre de 1 million d'euros, en crowdfunding et auprès d'investisseurs privés.

Pour arriver au design de leur vélo, les deux cofondateurs de Coleen se sont inspirés des premières draisiennes avec leur cadre en croix. Mais qu'on ne s'y trompe pas, son look rétro dissimule un vélo électrique et connecté dernier cri. La batterie est logée dans le cadre. Elle se retire grâce à un système Keyless, nécessitant d'approcher son smartphone du vélo, permettant soit de déverrouiller le vélo, soit d'ôter la batterie pour la recharger. Et si le smartphone est déchargé? Coleen y a pensé en intégrant une clé USB au cadre: il suffit de brancher le téléphone. Certes, il ne faut pas que la batterie du vélo soit elle aussi déchargée.....Et il reste la possibilité de déverrouiller manuellement le vélo. Il embarque aussi un système de localisation GPS, pour retrouver son vélo en cas «d'emprunt» ou pour partager ses trajets avec ses amis.

À partir de 4.700 euros

Pour les aspects techniques, le Coleen affiche pèse 18 kg, un poids raisonnable pour un vélo électrique, pour une autonomie moyenne de 100 kilomètres. La vitesse maximum avec l'assistance électrique est de 25 km, comme le veut la législation. Coleen est doté d'une batterie en 48 Volts, la transmission se fait par courroie et non pas par une chaîne, ce qui nécessite moins d'entretien. Il est équipé de freins hydrauliques à disque et de pneus ballons. Sur le guidon, l'écran d'affichage est en couleur, indiquant au choix, la vitesse, l'autonomie, le nombre de kilomètres parcourus... Autant de données qui se retrouvent aussi sur l'application.

Coleen a déjà prévu le coup d'après, avec une version qui sera capable d'atteindre à 45 km/h. Ce modèle entrera dans la catégorie des cyclomoteurs légers, pour lesquels le port du casque est obligatoire et nécessitant une immatriculation, un frein arrière qui s'allume...

La start-up vise le label origine France garantie, avec ses vélos développés et fabriqués en France. La batterie est fabriquée par Neogy, à côté de Bourdeaux, le moteur chez Novengine, à La Rochelle. La sellerie est faite chez Voltaire, un accessoiriste de luxe situé à Bidart, et le cadre et la fourche en carbone, à Bayonne. Certes, tout cela aura un prix: les vélos seront vendus à partir de 4.700 euros.

Coleen vise une clientèle haut de gamme, estimant pratiquer «un prix raisonnable» pour ce niveau de qualité. Audrey Lefort prévoit aussi le lancement d'une gamme d'accessoires, à commencer par l'indispensable panier à accrocher sur le guidon, aux poignées chauffantes...



Pente Douce, la chaussette de vélo qui vient de la Mayenne

PAR JOHAN BESCOND



30

ACTUALITÉ

Maurane Helbert, Paul Guion et Timothée Chemineau veulent donner du style aux mollets des coureurs cyclistes. Ces trois jeunes entrepreneurs originaires de la Mayenne lancent Pente Douce, une marque de chaussettes fabriquées en France et spécialement conçues pour le vélo.

Bienvenue dans **l'édition du soir**.

Consultez le sommaire de l'édition en cliquant sur cette icône

deux autres Mayennais qu'il a rencontrés en travaillant dans le même magasin de sport, ils ont voulu se mettre dans la roue de cette tendance. Les trois associés viennent de créer leur marque : Pente Douce.

L'idée ? Créer des chaussettes de qualité et donner plus d'allure aux mollets des cyclistes : « Depuis deux-trois ans dans les pelotons, les professionnels les portent très haut, reprend Paul. On voudrait les mettre en valeur. »

Des produits fabriqués en France

Ça, c'est la mission de Maurane. Pour commencer, elle a dessiné trois paires au look épuré mais affirmé : « Il y a les marinières et la bleu-blanc-rouge, énumère la designer. On met en avant le côté produit français. » La Mayennaise chausse du 37, Paul du 41, et Timothée du 44 et demi. Mais pour eux, ce n'est pas la taille qui compte. Plutôt la qualité : s'inspirant du succès de la marque Le Slip Français, eux aussi ont misé sur le « Made in France ».

D'ailleurs, pour tisser leurs chaussettes, ils se sont associés avec Broussaut Textile. Une filature spécialisée qui travaille notamment avec... Le Slip Français. Un gage de qualité pour un pari risqué. Car lorsqu'ils complètent leur panoplie, les chaussettes sont loin d'être une priorité chez les sportifs.



En parallèle de leur marque, Timothée est technicien inséminateur, Maurane a une formation dans le design, et Paul est responsable de rayon chez une grande enseigne de sport. (Photo : Ouest-France)

Mais l'origine des produits ne fait pas tout. Quand ils achètent, les coureurs cherchent aussi le confort, le maintien, la technicité : « **Ce qui va nous différencier de la concurrence, c'est le renforcement au niveau de la plante du pied, là où on appuie pour pédaler, détaille Maurane. On développe aussi une languette pour les remonter facilement. »**

Commercialisées en mars

Et puis il y a le prix. À 20 € la paire, le tarif « **n'est que peu supérieur aux chaussettes produites en Asie, vendues entre 10 et 17 € en magasin** », selon Paul, qui en connaît un rayon puisqu'il travaille toujours pour une grande enseigne de sport.

Débuté en octobre, leur projet a pu être mené grâce à une campagne de financement participatif. Avec un contre-la-montre record : la centaine de précommandes requise pour se lancer a été atteinte, alors qu'il restait 30 jours de délais. Un sacré coup de pédale dans le sprint final : « **On doit pouvoir les commercialiser en ligne dès mars. On va aussi démarcher les magasins spécialisés.** » Pour cet été, ils se projettent déjà sur la prochaine étape, « **avec une deuxième collection plus colorée. On a envie de s'amuser avec !** »

Terre de vélo, la Mayenne et ses départements voisins regroupent de nombreux clubs. Et le trio compte bien s'appuyer sur ce vivier de clients potentiels : « **Généralement, tout l'équipement est fourni aux coureurs, sauf les chaussettes. On pourrait donc imaginer des partenariats avec les équipes locales, et harmoniser nos produits avec le reste de leur tenue** », imagine déjà Maurane, qui garde encore quelques idées sous la pédale pour la suite.

Sun-E : le premier vélo électrique et solaire made in France !

Par **Kévin** - 5 février 2019



Sun-E, le premier vélo électrique solaire - Crédits photo : Rool'in

La French Tech connaît un souffle nouveau avec l'avènement des sources nouvelles d'énergie ou les outils usant de ce type d'alimentation. Après la Zoé de Renault, les I-ON et 208 électrique de Peugeot, c'est au tour de l'industrie de la mobylette de se tourner vers un avenir plus vert. Sun-E est le premier d'une longue lignée, il est le premier vélo électrique et solaire fabriqué sur le sol français.

Sun-E, le premier vélo électrique solaire

C'est dans la ville de Montrouge que Rool'in, une start-up française, a décidé de se nicher afin de développer la prochaine révolution du vélo.

Désormais le vélo sera électrique et il passe même grâce à la firme française le cap du tout solaire. Il est important de rappeler qu'il s'agit avant tout d'un vélo somme toute classique. Les différences se situent notamment au niveau de son châssis. Basé sur un cadre en X de conception en aluminium, le vélo électrique et solaire ne pèse que 25 kg.



Sun-E, le premier vélo électrique solaire – Crédits photo : Rool'in

Cependant, la particularité de ce vélo est de comporter des cellules photovoltaïques tout autour du cadre de sa roue avant. Ces dernières confèrent au vélo une autonomie de 15 à 40 km. De plus, pas besoin de brancher au secteur le Sun-E puisqu'il se recharge automatiquement via l'énergie produite par le soleil.

Il faudra s'armer de patience

Bien que sur le papier Sun-E ait l'air d'une formidable révolution, il faudra s'armer de patience pour pouvoir l'acquérir. La commercialisation du vélo est en effet prévue pour mi-2020.

Ce long délai de lancement est en partie dû aux phases de test que doit subir Sun-E. Il sera en effet testé par des agents de la municipalité de Montrouge ainsi que des employés d'une filiale de La Poste. Comme si elle prédisait déjà le retentissant succès de son vélo électrique, Rool'in la firme derrière ce projet pense à la conception de scooters électriques solaires.

Cyfac, des vélos sur-mesure et made in France

Par [Guillaume ROBERT](#) le vendredi 1 mars 2019 - [Reportage](#) - Cet article a été lu 11185 fois. Commentaires : 11 .



C'est à quelques kilomètres de Tours, en pleine campagne, que se situent les locaux de Cyfac. A La Fuye plus exactement. La société ne compte que 14 salariés, mais sa réputation n'est plus à faire dans le domaine des vélos sur-mesure.

Les plus jeunes ne connaîtront sans doute pas la marque, encore moins son créateur, Francis Quillon, ancien coureur amateur de très bon niveau, qui, comme beaucoup de start-up informatiques récentes, a commencé son travail dans son garage.

Un reportage passionnant, mais qui au final laisse un goût d'inachevé, ou plutôt un goût de reviens-y. En effet, entre passionnés de bicyclettes, les discussions passionnantes et enflammées ont vite fait de prendre du temps... et de ne pas en laisser assez pour faire plus de photos. A coup sûr, je repasserai à La Fuye plus longuement.



Une histoire au plus haut niveau



Francis Quillon, c'est un savoir-faire reconnu au plus haut-niveau pour la conception des cadres. Il fut longtemps le cadreur officiel de nombreuses équipes professionnelles :

- U avec Raleigh et notamment la victoire de Laurent Fignon sur Milan San Remo
- Castorama avec les cadres Maxisport
- Cofidis du temps de MBK
- Jean Delatour
- Festina avec Peugeot
- Mais aussi bien d'autres marques

Orfèvre de l'acier, Francis Quillon fut l'un des premiers à travailler l'aluminium avec les premières séries de tubes Columbus Altec ainsi que le titane avec les séries Columbus Hyperion.



Puis vint l'époque des cadres carbone, qui signe le déclin de la marque, Francis Quillon n'ayant plus à cœur, à plus de 50 ans, de réaliser les lourds investissements pour fabriquer des cadres avec ce matériau composite.

L'entreprise est alors cédée à José Alvarez, distributeur national de marques comme Look. José Alvarez met en place un nouvel atelier de conception de cadres en carbone ainsi qu'un réseau de distribution avec des détaillants triés sur le volet qui se dotent en même temps d'un véritable système d'étude posturale. Mais l'entreprise gersoise ne résistera pas à la crise bancaire mondiale de 2008 et sera placée en liquidation judiciaire.

Il faudra toute la passion et la ténacité d'un homme, Aymeric Le Brun, pour que l'entreprise ne tombe pas dans l'oubli, elle qui est alors en cessation de paiement. Il décide de racheter l'entreprise dont il est alors directeur salarié.

En pleine crise mondiale (scandale Lehman Brothers), il lui faudra se battre et croire en son projet pour convaincre les banques du bien-fondé de cette reprise. Passionné convaincu que les cadres sur-mesure ont encore de l'avenir, il réussit à reprendre l'entreprise ainsi que tous les salariés.

Cyfac devient Cyfac International et se développe donc logiquement sur le marché mondial. Aujourd'hui, Cyfac réalise près de 25% de son chiffre d'affaires à l'International, que ce soit avec des cadres acier, aluminium ou carbone.

Une saine et motivante concurrence entre artisans

Quand on lui demande ce qu'il pense de ses concurrents récemment arrivés sur le marché français comme Victoire, Caminade ou Vagabonde, Aymeric Le Brun évoque plus une saine concurrence qui permet aux vélos acier sur-mesure de retrouver un public.

Des marques comme Victoire ont clairement redonné un coup de jeune aux vélos acier (et inox), avec notamment une forte présence sur les réseaux sociaux et un rajeunissement de la clientèle.



Un atelier où le temps n'a pas d'emprise

Chez Cyfac, comme chez beaucoup d'artisans, le temps n'est pas une donnée importante. Seuls le résultat et la satisfaction du client compte.

On ne compte donc pas ses heures. On prend le temps qu'il faut avec le client pour répondre à toutes ses exigences. Car le sur-mesure n'est pas qu'une question de simple géométrie du vélo. Il faut aussi sélectionner au mieux les séries de tubes, en les mixant si besoin, pour répondre aux attentes du cycliste qui chevauchera ce vélo.

Le client devra aussi être patient. Compter 6 mois avant de prendre livraison de son cadre. Un Cyfac, ça se mérite...

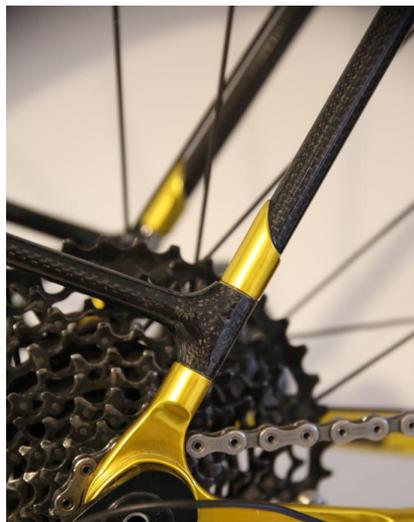


De l'acier, de l'inox, de l'aluminium et du carbone

Si le cœur de métier de la marque reste l'acier, Cyfac est capable de produire des cadres dans quasiment tous les matériaux. Inox, aluminium ou carbone, tout est réalisé dans les ateliers de La Fuye, au cœur de la campagne Tourangelle.

Seul le titane manque pour l'instant au catalogue... mais Aymeric Le Brun ne s'interdit rien dans un avenir proche. Si les tubes carbone sont pour le moment achetés à des spécialistes dans le domaine, il se pourrait même que la marque produise dans quelques années ses propres tubes.

En revanche, ce ne sont pas les idées qui manquent chez Cyfac, en témoignent les garde-boue en carbone parfaitement intégrés aux cadres, mais aussi des réalisations comme un porte-bagage avant, toujours en carbone, permettant de stocker une pompe !



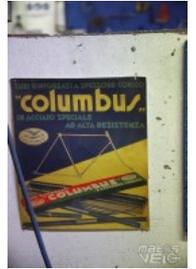


Huile de coupe, soudure et chalumeaux



Avec les nombreux reportages que j'ai déjà pu effectuer, c'est toujours dans ce type d'atelier que j'ai eu le plus de sensations. La visite commence par des odeurs. L'odeur de l'huile de coupe indispensable pour couper les tubes à la bonne taille. Mais aussi l'huile de lubrification des vieilles machines qui ont plus de 40 ans mais qui oeuvrent toujours. A l'heure où l'on parle d'obsolescence programmée, voilà des « vieilleries » sur lesquelles le temps ne semble pas avoir de prise.

Et enfin, un peu plus loin dans l'atelier, les odeurs de baguettes de laiton ou de cuivre qui servent à souder les tubes entre eux, ainsi que les chalumeaux, jamais bien loin eux non plus. On est bien loin des salles aseptisées de certaines fabriques.



Ici, on prend le temps de placer chaque tube sur un gabarit. Ainsi placés avec précision, ils formeront un cadre.



Quand je vous dis que le temps n'a pas d'importance. Ici, on passe environ deux jours à poncer les soudures, à la main, pour offrir un aspect épuré au vélo. C'est au toucher que l'on détermine si oui ou non il faut donner encore un petit coup de lime ici, ou là.

A vrai dire, j'ai toujours à regret de ne passer que quelques heures auprès de ces artisans. Je pourrai passer des heures à les photographier.





Conception, mais aussi atelier peinture



Au-delà de la conception et de la fabrication des cadres, Cyfac possède ses propres cabines de peinture avec des experts en la matière, à tel point que plusieurs marques ont choisi l'entreprise pour la mise en peinture de leurs cadres. S1Neo, Gir's, Bertin ou encore Vagabonde.

Ainsi, si 150 cadres Cyfac sortent de l'usine tous les ans, ce sont plus de 300 cadres au final qui sont traités ici. Sous-traitance en peinture, mais aussi réparations...

Quasiment tout est possible en termes de coloris, avec un choix de plus de 30000 couleurs, des plus basiques, jusqu'à celles offrant un aspect « anodisé » ou « chromé », même sur du carbone. Les motifs aussi sont illimités. Chez Cyfac, on essaye de coller au mieux aux volontés du client, même si cela doit demander parfois de sortir de sa zone de confort.



De la réparation tous matériaux



On le sait moins, mais Cyfac répare aussi les vélos. Parce-que les accidents arrivent à tout le monde et qu'aucun cadre n'est incassable, l'entreprise reçoit des vélos de toutes marques dans ses ateliers. En acier bien sûr, mais aussi en aluminium et surtout en carbone.

Si l'entreprise n'est pas la moins chère du marché, elle a le gros avantage de fournir une réparation impeccable, avec même la remise en peinture de la zone réparée avec le coloris exact d'origine et, si besoin, la remise en place des stickers.

Des interventions qui vont de la simple réparation d'une fissure à la reconstruction d'une base ou d'un hauban sévèrement touché par une chute ou un accident avec une voiture. Je sais que vous êtes nombreux à rechercher des réparateurs carbone, Cyfac propose donc cela. Pour le tarif, il faut voir avec eux, chaque cas étant spécifique.

Il fabrique des vélos en bambou à Brest

Thomas Mazurié fabrique et commercialise à Brest, des vélos dotés d'un cadre en bambou. Il a créé Breizh bamboo bike. Et a lancé une campagne de financement participatif sur Kengo.

Publié le 14 Avr 19 à 18:47



Thomas Mazurié présente quelques modèles des vélos en bambou qu'il fabrique à Brest dans son entreprise Breizh bamboo bike (©Côté Brest)

Depuis deux ans, **Thomas Mazurié** développe, à **Brest**, son projet de **fabrication** et de **commercialisation** de **vélos** (sauf VTT) dotés d'un cadre **en bambou** d'origine bretonne, le reste des matériaux et composants mettant en avant le *made in France*. Au sein de l'entité qu'il a créée : **Breizh bamboo bike**.

Breizhtois, Breizhilien, Breizhporteur...

Pour l'instant, il propose un vélo de route sur mesure, un vélo de ville baptisé le Breizhtois, un vélo de randonnée appelé le Breizhilien. Prix moyen : 2500 euros. Pour des cycles plus lourds que ceux dits classiques. «Mes fabrications pèsent 13-14 kg.»

Thomas Mazurié travaille également sur un vélo cargo, dont il a réalisé un prototype : le Breizhporteur. «J'ai encore besoin de temps de développement pour ce vélo, c'est l'une des raisons pour laquelle j'ai initié une [campagne de financement participatif](#) sur la plateforme bretonne [Kengo.bzh](#)», explique le jeune créateur brestois.

Jusqu'au 5 mai 2019

Il lui reste 20 jours (jusqu'au 5 mai 2019) pour récolter les 5350 euros espérés. Au 14 avril, il avait recueilli 2150 euros. Et, si la somme le lui permet, il entend développer un modèle à assistance électrique : «cela me semble obligatoire, notamment à Brest, sourit-il. Je dessine, fabrique, assemble et vend les vélos.»

Breizh Bamboo Bike - Campagne de financement participatif sur Kengo



La fibre locale

Opter pour la plateforme [Kengo.bzh](#) n'est pas anodin pour Thomas Mazurié. Travailler avec une plateforme bretonne, qui plus est basée à Guipavas près de Brest, est un choix et correspond aux valeurs qu'il entend mettre en œuvre.

“ Je veux proposer des vélos éthiques et durables, des vélos responsables pour la ville ou le voyage, fabriqués artisanalement.

L'écologie au sens large

Ingénieur en électrochimie et matériaux de formation, le jeune homme de 34 ans a voyagé, a travaillé dans les vignes, dans la boulangerie, dans l'enseignement en Nouvelle-Calédonie. À son retour en France en 2014, il s'est formé comme mécanicien cycle et a travaillé pendant deux ans et demi au sein de l'enseigne [Velozen](#) à Brest, spécialisée dans les vélos à assistance électrique.

Bien implanté dans des structures associatives de la ville, comme Bapav (Brest à pied à vélo), il a voulu, par passion, se fabriquer un vélo écolo. «Ma philosophie, c'est l'écologie, au sens large. L'idée est d'avoir un vélo durable, qu'on ne change pas tous les trois ans.» Son projet venait de naître.

Puis il a conçu un vélo pour sa copine. De fil en aiguille, il s'est dit : «pourquoi ne pas en faire un métier ?» Il a alors intégré la coopérative d'activités et d'emploi généraliste [Chrysalide](#), elle aussi implantée à Brest, en septembre 2017.

Le concept existait

“ *Au départ, j'avais pensé utiliser du bois pour concevoir le cadre du vélo. Mais je me suis vite rendu compte que le bambou était plus adapté parce que sa fibre est plus souple et va permettre de mieux absorber les aléas de la route. Le bambou apporte une cohérence en termes de confort, d'écologie et d'esthétisme. Attention, je n'ai rien inventé : le concept existait déjà.*

Stages, cours, prestations

Thomas Mazurié l'a développé et entend poursuivre dans cette voie. Dans son entreprise, il propose également des stages pour fabriquer son vélo : cinq jours pour une personne (650 euros) qui repart avec son cycle.

Sa troisième activité : des cours de mécanique vélo pour les entreprises et les particuliers.

“ *Ma dernière activité concerne les entreprises : je fais de la maintenance et de la réparation de vélo sur leur site. J'ai notamment en charge une flotte de 50 vélos à Naval Group, une autre à Ifremer. Je me déplace avec mon matériel grâce à mon vélo cargo.*

Le fameux Breizhporteur que Thomas Mazurié pense pouvoir commercialiser d'ici un an environ.

Infos pratiques :

Le site internet : [Breizh bamboo bike](#).

La page Facebook : [Breizh bamboo bike](#).

La campagne de financement participatif sur Kengo.bzh : [Des vélos en bambou fabriqués à Brest](#).

Strasbourg: Avec ses sous-vêtements techniques, Ranna se place sur le terrain du «made in France»

COMMERCE Parmi les adeptes de ces sous-vêtements techniques 100 % français, à commencer par les chaussettes, plusieurs joueurs du Racing club de Strasbourg et de Ligue 1

Alexia Ighirri Publié le 16/04/19 à 11h42 — Mis à jour le 16/04/19 à 11h44



Strasbourg: Avec ses sous-vêtements techniques, Ranna se place sur le terrain du «made in France» — Dominique Robin

- Cédric Kanté, ancien capitaine du Racing club de Strasbourg, Steven Delavau et Alexandre Adler ont lancé Ranna, marque de sous-vêtements techniques 100 % française.
- Plusieurs joueurs ont adopté les produits strasbourgeois à commencer par les chaussettes techniques antidérapantes.
- Grâce à une campagne de financement participatif, Ranna va élargir sa gamme, en commercialisant d'abord un boxer technique pour homme.

La [panenka du Strasbourgeois Dimitri Liénard en finale de la Coupe de la Ligue](#), c'est peut-être bien grâce à eux. « Pour la technique il ne nous a pas attendus », sourit Cédric Kanté, ex-capitaine du Racing qui avait gagné le trophée en 2005. Oui mais pour la réussir, il ne fallait pas glisser. Cela tombe bien, la marque strasbourgeoise Ranna et sa chaussette technique à la semelle antidérapante est censée protéger le joueur des glissades intempestives. [Liénard en est l'un des plus fidèles usagers](#).

Il était donc là le petit coup de pouce de l'ancien défenseur Cédric Kanté. Aujourd'hui, il est associé aux Strasbourgeois Steven Delavau et Alexandre Adler, eux aussi proches du milieu du foot et du Racing, pour le développement de cette marque de sous-vêtements techniques 100 % française. « Je voulais créer une marque de sport et j'ai vu qu'il y avait un manque dans les sous-vêtements techniques pour les sports collectifs notamment, explique Steven

Delavau. L'idée c'est de faire une sorte de Under Armour à la française, ou de [Slip français](#) sportif. »

« Etre au pied des joueurs de foot »

Un « made in France » toutefois à leur image, « plus urbaine », dicit les trois hommes, un peu plus éloignée de l'univers terroir. Et Cédric Kanté de poursuivre, s'appuyant sur le clip tourné pour le lancement de la marque : « Avec des valeurs que l'on retrouve dans le sport, de partage, de solidarité. Quand on voit ce qu'il s'est passé [en Italie](#), [en France](#), il faut rappeler qu'on est tous ensemble, tous égaux. On voulait montrer le mélange des cultures, via le foot de rue par exemple, et montrer qu'on est une grande famille ».

Si l'envie dès le départ était de proposer toute la gamme de sous-vêtements -boxers, tee-shirts, cuissards, etc.-, les trois entrepreneurs ont décidé de commencer en juillet 2018 par proposer deux modèles de chaussettes (fabriquées à Limoges) et par démarcher les footballeurs. Un milieu qu'ils connaissaient plus particulièrement et qui allait leur donner une meilleure visibilité, les grandes marques ne s'étant pas encore appropriées le marché. « Les retours sont positifs. Les footballeurs sont des experts dans leur domaine et ils jouent le jeu, se réjouit Alexandre Adler. Généralement, quand on arrive à équiper un joueur, on finit par équiper tout le vestiaire. Etre déjà aux pieds des joueurs, c'est ce qu'on voulait. »

Pour les femmes aussi

Plusieurs footballeurs strasbourgeois affichent désormais ces chaussettes reconnaissables par leur hexagone sur la malléole, adoptées également par d'autres joueurs professionnels comme l'ancien Strasbourgeois Stéphane Bahoken, Morgan Sanson, Serge Aurier ou, dernier en date, [Moussa Sissoko](#). Le rugbyman Mathieu Bastareaud les a aussi enfilées.

A noter que les produits Ranna s'adressent à tous les sportifs, pros comme amateurs, tant qu'un effort physique est produit : « Les gens qui font du sport n'hésitent plus à dépenser de l'argent pour de bons produits. Ils ont le même panier que les professionnels », affirme Cédric Kanté. Et il n'y en a pas que pour les hommes. Après avoir essayé les chaussettes, Eugénie Le Sommer pourra s'équiper de façon un peu plus complète : boxers femme et brassières seront commercialisés avant la fin de l'année.

D'autres sports à démarcher

Mais la nouveauté sera d'abord celle des boxers pour homme, grâce à une [campagne de financement participatif réussie](#). Pour ces sous-vêtements conçus « dans une microfibre qui évacue la transpiration, la ceinture est plus large, il y a des coutures plates à l'avant pour éviter les frottements, il est plus long pour éviter qu'il ne remonte, il y a des coutures dynamiques sur le côté... Le but c'est qu'il soit le moins intrusif possible », détaille Steven Delavau.

Outre la technicité des produits (chaussettes plus ou moins fines, évitant les ampoules, etc.), Ranna va s'ouvrir à d'autres sports. Avant de se positionner sur le running, la marque compte sur ses touches avec le handball, le tennis, la boxe. D'autres pratiques pourraient suivre. Avec l'idée d'augmenter aussi les points de vente : si des dizaines de paires de chaussettes sont vendues chaque mois via Internet, une commercialisation physique dans des réseaux de magasins de sport est prochainement attendue.

Une société française lance un vélo électrique et écologique sans batterie

Par Timothy G. il y a 6 mois

9 374

Partages



Partager sur
Facebook



Partager sur Twitter



Newsletter

Le groupe français Veloci Industries va commercialiser au printemps 2020 un vélo à assistance électrique mais sans batterie. Il sera équipé d'un super-condensateur ce qui évitera à l'utilisateur de le recharger.

Au printemps 2020, le modèle [U-feel](#), 100 % électrique et écolo, va être commercialisé. Petite nouveauté, il fonctionne non plus avec une batterie mais grâce à un super-condensateur. Ainsi, les cyclistes n'auront plus besoin de recharger leur vélo à une borne ou dans un garage.



Une société française lance un vélo électrique et écologique sans batterie. Crédits photo : U-feel

C'est en pédalant que de l'électricité est produite. À la manière d'une dynamo, on ne pédale plus pour déplacer le [vélo](#) mais pour générer de l'électricité. L'utilisateur pédale pour entraîner une génératrice qui va produire de l'électricité et qui va ensuite alimenter le moteur via les super-condensateurs. Le super-condensateur est un système de stockage d'énergie alternatif à la batterie.

Adrien Lelièvre, dirigeant et fondateur de la société Veloci Industries, a expliqué vouloir développer « *un vélo hybride qui permet de répondre réellement au besoin des utilisateurs* ». Pour ajouter : « *Je désire que le cycliste pédale comme il respire. C'est-à-dire qu'il ne fournisse absolument jamais d'effort, qu'il reste constamment dans sa zone de confort* ».

Cette innovation ne s'arrête pas à la disparition de la batterie. Elle fait aussi la part belle à l'**écologie**, en raison de sa conception et de sa durée de vie. « *Nous n'avons absolument pas besoin de métaux rares et chers* », relève le concepteur de U-feel, « *car le super-condensateur est fabriqué à partir d'aluminium et de carbone et ne contient pas de lithium* ». Il est aussi recyclable contrairement aux batteries. La durée de vie d'un super-condensateur entre dix et quinze ans, dépasse hautement les deux ou trois ans d'une batterie.

Le créateur de U-feel préconise une vitesse moyenne de 15 km/h et un prix de vente situé entre 1500 euros et 2000 euros, comme un vélo électrique traditionnel. Pour le moment, Adrien Lelièvre n'exclut pas un « *système de recharge express, où l'on pourra charger en 30 secondes l'équivalent de plusieurs kilomètres d'autonomie* », mais ce n'est pas la piste principale envisagée.

Pour l'instant, trois modèles de vélo ont été pensés mais le design n'est pas arrêté. « *Nous allons présenter sur le site plusieurs axes esthétiques et les internautes pourront voter pour leur préféré* ». Grâce à sa conception innovante, le poids du U-feel devrait avoisiner les 16 kilos, un dispositif plus lourd que les vélos mécaniques, situés entre 12 et 14 kilos, mais plus léger que les vélos à assistance à électrique qui pèsent en moyenne 27 kg.

Le marché du vélo électrique explose ces derniers temps. En 2017, les ventes de vélos à assistance électrique ont progressé en France de 90 %, avec 255 000 produits vendus, dont 110 000 fabriqués en France. Dix ans plus tôt, seulement 10 000 vélos à assistance électrique avaient été vendus.

Whimsifoil, la planche de surf électrique made in France

Nathalie 4 juin 2019 INNOVATION



Crédit photo : whimsifoil.com

Ouvrez l'oeil cet été, la Whimsifoil fera sans doute son apparition dans les nouvelles activités nautiques... A vous les survols de la grande bleue juché sur votre planche !

Si vous cherchez une nouvelle activité nautique pour l'été qui approche, nous avons trouvé une nouvelle génération de surf qui pourrait vous séduire : Le **Whismifoil** ! Avec cette planche un peu spéciale vous allez pouvoir littéralement **voler à la surface de l'eau...**

Il faudra en revanche y mettre un certain prix, puisque le **Whismifoil** est vendu 7000€ ! Son prix ne le destine d'ailleurs pas vraiment aux particuliers mais l'inscrit dans de futures locations pour les prestataires d'**activités nautiques...** Un nouveau sport entre le surf et le **paddle** avec quelques sensations fortes assurées. Une invention qui nous vient de la **Bouilladisse, dans les Bouches-du-Rhône** !

A lire également : **[Awake RÅVIK, la planche électrique pour surfer sans aucune vague](#)**

Un **foil** est une **aile profilée** se déplaçant dans l'eau et transmettant une **force de portance** à son support. Whimsifoil est une planche **qui se gonfle comme un paddle** puis montée sur un foil électrique.

La planche est ensuite dotée d'un **système de propulsion électrique** qui va pousser **jusqu'à 20 km/h** celui ou celle qui la chevauche ! Il semblerait que cette Whimsifoil soit adaptée à tous les niveaux, du débutant au sportif confirmé puisque la planche, le mât et les ailes peuvent s'adapter en fonction du gabarit et du niveau de l'utilisateur.

Cette **planche révolutionnaire** n'est évidemment pas encore encadrée par une réglementation ! Un petit rappel tout de même concernant les engins nautiques ! Si aucune zone n'est délimitée par une société de location par exemple, les engins nautiques doivent **circuler dans les chenaux prévus à cet effet** et jamais à plus de 10 km/h... Si vous dépassez la bande des 300 m vous pourrez alors pousser un peu le moteur toujours en restant prudent et en veillant à ceux qui vous entourent. Alors cet été, si vous voulez tenter le Whimsifoil, il faudra certainement vous rendre du côté de Marseille, région d'origine de cette planche originale.

Awahi, les vêtements de sport fabriqués en bouteilles en plastique recyclées



Awahi est une marque éthique de vêtements de sport française, conçue en bouteilles en plastique recyclées. Une belle manière de renverser la tendance dans la 2e industrie la plus polluante au monde.

Le respect de l'environnement avant tout

On ne vous apprend rien en vous disant que la planète souffre du réchauffement climatique, de la surconsommation et bien entendu de la pollution. Depuis quelques années, on peut observer « une intense prolifération de nouvelles espèces : bouchons, bouteilles, canettes.. ». Alors que des ressources s'épuisent, les sachets en

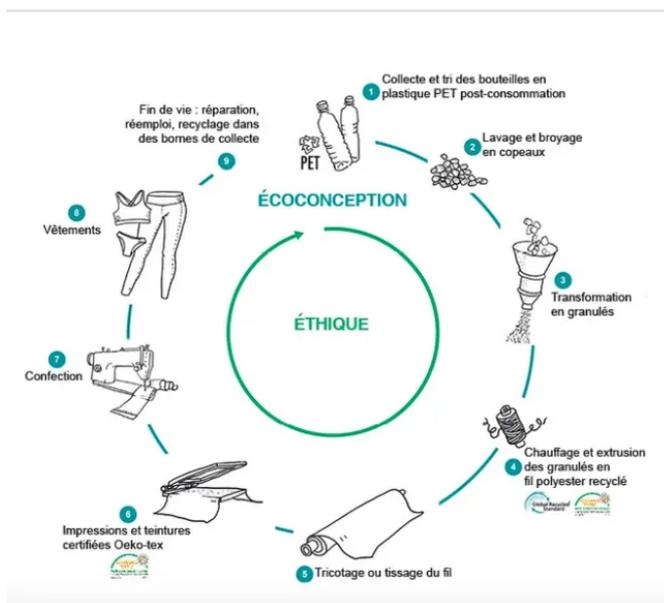
plastiques sont en train de remplacer les tortues de mer. C'est ainsi plus de 6,3 milliards de tonnes de déchets plastiques qui s'accumulent sur notre planète.

Pour Sandro Pasero, fondatrice d'Awahi, sa marque Awahi correspond à l'engagement de contrer « *la 2e industrie la plus polluante au monde* » dans le but de « *concilier pratique du sport pour notre bien-être et celui de la planète* ».

	 Polyester recyclé	 Polyester	 Coton
Bouteilles recyclées	10	0	0
Consommation d'eau	15 litres	30 litres	2 700 litres
Pesticides	Non	Non	Oui



La consommation d'eau et de pesticides pour la fabrication de vêtements



Le schéma de conception des vêtements Awahi

Les premiers produits sont des leggings et maillots de bains pour femmes, la marque lancera sûrement, dans le futur, une gamme pour les hommes. Ces vêtements sont fabriqués avec un tissu technique et hybride et à partir de polyester recyclé, « *issu du recyclage mécanique de bouteilles en plastique PET post-consommation* », c'est à dire celles que l'on jette dans les conteneurs de tri sélectif. « *Ce tissu sèche rapidement, il*

évacue l'humidité, protège du soleil. Il est léger, doux comme une seconde peau » nous explique sa créatrice. « Les leggings ont des coutures plates pour encore plus de confort et de résistance ».



Leggings et brassières de sport ©DR

Un démarche sociale

Pour la confection de ses vêtements made in France, l'entreprise fait appel à un « chantier d'insertion ». Des personnes sans emploi peuvent ainsi retrouver une place dans le monde du travail grâce à un contrat et un accompagnement. 27 salariés travaillent actuellement à la réalisation des produits.

Pour les séances photos mettant en avant la collection, Awahi fait appel à « *des femmes de la vraie vie* », pas des mannequins, avec des morphologies toutes différentes, les photos sont ainsi naturelles.

Originaire de Caen, Julie lance sa marque de vêtements de running fabriquée en France

Julie Houssaye a lancé lundi 15 juillet sa marque de vêtements de running : Le Petit Trotteur. Elle mise sur la fabrication en France et des couleurs unisexes.

Publié le 18 Jul 19 à 7:31



Julie, originaire de Caen (Calvados) a lancé sa marque de running pour hommes et femmes. (©photo911.fr)

Julie Houssaye a le running dans le sang. À 28 ans, cette jeune femme de **Caen (Calvados)** a lancé sa marque de vêtements de course à pied le lundi 15 juillet 2019 avec une campagne de financement participatif.

Le rose et le lilas, ça suffit !

[Le Petit Trotteur](#), le nom de sa marque, est né d'une envie. Cette passionnée de course à pied, entourée de sportif – son frère fait de la marche athlétique en haut niveau – a voulu créer une ligne de vêtements confectionnée en France et qui se joue des codes couleurs pour hommes et femmes.

Quand je vais dans une boutique de sport avec mon compagnon, je trouve toujours qu'il y a plus de choix chez les hommes que chez les femmes. Le rose, le lilas, le corail, le turquoise, ça suffit !

Elle propose donc un débardeur et deux shorts aux couleurs unisexes : un bleu et un rouge « couleurs piste d'athlétisme ».

Lire aussi : [Nouveau parcours sportif à la Colline aux Oiseaux : l'endroit parfait pour courir à la fraîche à Caen](#)



Julie a choisi seulement deux couleurs pour sa ligne de vêtements. Elles vont aussi bien aux hommes qu'aux femmes. (©MR/Liberté le Bonhomme libre)

Du tissu d'Italie et une conception française

Au niveau de la matière, Julie a voulu coller aux mieux aux besoins des coureurs. « Je sais qu'un écusson brodé, ce n'est même pas la peine parce qu'avec les mouvements, ça gratte et ça irrite ». Elle a donc opté pour un écusson thermocollé, fabriqué à Caen. Sa couturière de Verson, met la touche finale avec une double couture. Le tissu des vêtements provient d'Italie. « C'est un tissu un peu épais mais qui est quand même très souple. Il est anti-transpirant ».

Julie a créé sa collection avec une amie styliste qui vit à Marseille. [Son atelier de fabrication](#) se situe d'ailleurs dans la cité phocéenne. La jeune femme y a habité pendant une dizaine d'années et reste attachée au sud.

Le made in France a un certain coût

Avec sa campagne de financement participatif, Julie espère atteindre les 10 000 euros d'ici la première semaine de septembre pour lancer convenablement sa marque. « Pour l'instant la fabrication du stock est lancée. L'argent récolté va me permettre de continuer à la financer ». À titre d'exemple, pour la fabrication d'un débardeur et d'un short, Julie a quand même déboursé 10 000 euros ! La jeune entrepreneuse souhaite vendre ses vêtements sur son site internet mais également dans des « concept stores » à Caen, Marseille et Paris où se situent les runners qu'elle cible.

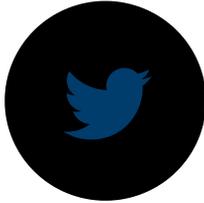
Je sais que mes vêtements ont un certain prix mais le made in France, ça a un coût. Il y a plus de 8 millions de runners réguliers en France, ils mettent déjà le prix dans leurs tenues. Il faut juste qu'ils passent le cap pour acheter du made in France.

Pour une tenue complète, short et débardeur, il faut compter 155 euros. Il y a quelques semaines, Julie a pu présenter ses modèles aux Courants de la liberté à Caen ainsi qu'au Triathlon de Deauville.

Information pratique. Pour voir la campagne de financement participatif Ulule, il faut cliquer [ici](#). Pour contacter Julie : contact@lepetittrotteur.fr

Pente Douce, nouvelle marque mayennaise de chaussettes ultra-performantes pour cyclistes

Vendredi 5 juillet 2019 à 19:52 - Par [Martin Cotta](#), [France Bleu Mayenne](#)



À l'heure du départ de la 106e édition du Tour de France, rencontre avec les fondateurs mayennais de la marque Pente Douce. Ils viennent de créer une paire de chaussettes pour les cyclistes amateurs et professionnels. Une innovation pleine de succès et fabriquée en France !



Timotée Chemineau et Maurane Helbert, deux des fondateurs de la marque Pente Douce © Radio France - Martin Cotta

[Département Mayenne, France](#)

Pente Douce c'est d'abord une histoire d'amitiés entre trois anciens employés du magasin de sport Décathlon de Laval. Maurane, Paul, Timothée, tous âgés de moins de trente ans. Début 2019, l'envie d'entreprendre ensemble et dans le domaine sportif prend le pas sur le reste. Le trio accorde leur violon autour d'un projet : la marque Pente Douce. Après une campagne de financement participatif, ces Mayennais livrent leurs premières chaussettes pour cyclistes en mai. Ils revendiquent déjà 200 clients.

Leur idée de chaussettes ultra-performante a germé devant la télévision. "*En regardant le Tour de France, en se rendant sur les courses cyclistes*" explique Timotée Chemineau, un des co-fondateurs de 27 ans de Pente Douce. "*À chaque fois on s'apercevait que tous les coureurs avaient des chaussettes hyper designs et originales. Donc en plus de mettre de la couleur sur les mollets des cyclistes, on apporte de la qualité et du confort*" termine ce jeune entrepreneur.

Ces chaussettes, **modèle bleu blanc rouge, ou modèle marinière** sont en Elasthanne et polyamide. Pas de coton donc pour éviter les irritations d'après Maurane Helbert, la designer des produits. "*On a enlevé les bandes de serrage qui faisaient coupe-sang. Ces chaussettes permettent un bon maintien de la cheville. On a travaillé sur des renforts sous le pied pour avoir une sensation de petit coussin*" énumère la professionnelle.

"En plus de mettre de la couleur sur les mollets des cyclistes, on apporte de la qualité et du confort"

Conquérir le marché du cyclisme pro

Les chaussettes Pente Douce se veulent performantes et confortables. Elles sont fabriquées dans une entreprise à Limoges et Pente Douce est déjà labellisée *Made in France*. Une paire coûte 20€ et elles sont disponibles [sur internet](#). L'objectif des fondateurs mayennais, à terme, c'est de les voir aux pieds des coureurs professionnels, du Tour de France mais aussi des Boucles de la Mayenne par exemple. Maurane, Timotée et Paul seront présents à Renazé le 14 juillet pour présenter leurs chaussettes pour cyclistes, à l'occasion du Trophée Madiot.

LOIRE

A Saint-Just-Saint-Rambert, on fabrique des vélos de route "Made in France"

Le jeune Pontrambertois, Pierre Poizat revient dans la commune pour développer l'entreprise qu'il a créée, Brethil. Celle-ci fabrique en France des vélos de route haut de gamme de qualité.

Vu 4791 fois | Le 27/07/2019 à 07:30 | ⌚ mis à jour à 19:47 | 💬 Réagir



■ Pierre Poizat compte bien redonner vie à l'histoire du cycle dans la Loire grâce à son entreprise Brethil. Photo Progrès /fournie par Pierre Poizat

Après deux ans en école d'entrepreneuriat effectuée en alternance à Lyon, Pierre Poizat revient à Saint-Just-Saint-Rambert avec Brethil. L'entreprise de fabrication française de vélos que le jeune homme a créée et qu'il souhaite désormais développer. « Nous fabriquons des vélos de route « made in France ». Nous avons un sous-traitant à Toulouse et nous travaillons aussi avec l'une des dernières entreprises stéphanoises de vélo » détaille le jeune président-fondateur de Brethil.

Lancée depuis février, la marque vient de débiter la commercialisation de ses modèles haut de gamme, fabriqués à la main et garantis 10 ans. « Nos vélos répondent aux normes obligatoires et sont soumis à différents tests de résistance. On peut aussi les personnaliser, on s'adapte à toutes les demandes » confie le responsable, qui utilise principalement les supports numériques comme moyen de communication.

VOUS AVEZ AIMÉ CET ARTICLE ?
PARTAGEZ-LE !

Tweeter



ENVOYER À UN AMI

11

Tags de l'article

LOIRE - LE FOREZ
SAINT-JUST-SAINT-RAMBERT
SAINT-JUST-SAINT-RAMBERT - V
SPORT LOCAL CYCLISME ET
VIE DES ENTREPRISES

A LIRE AUSSI

Un pari réussi puisque Pierre Poizat a eu une agréable surprise lors de sa première commande. « Notre première vente s'est faite au Canada pour un client qui a découvert notre marque il y a huit mois sur les réseaux sociaux » se réjouit le gérant qui a également pu fournir des clients prestigieux dans le monde du cyclisme comme le triathlète Clément Giteau

Brethil propose six modèles de série colorés et personnalisables à destination des compétiteurs ou des cyclotouristes réguliers qui recherchent un vélo réactif. « Quand quelqu'un nous fait confiance et qu'il met de l'argent dans notre entreprise, le vélo doit être parfait ! Je mets un point d'honneur à vérifier chaque vélo pour qu'il soit parfait en tous points » précise Pierre Poizat qui espère bien faire renaître l'histoire du cyclisme dans la région.

Plus d'infos sur : www.brethil-cycles.com info@brethil-cycles.com
07 87 50 99 10

BIENTÔT DES VÉLOS EN FIBRES DE LIN

Soucieux de l'environnement, Pierre Poizat, président fondateur de la marque Brethil, envisage de développer l'utilisation de la fibre de lin pour la fabrication de ses vélos.

« La France est le premier pays producteur de lin. Les fibres de lin sont une alternative au carbone qui reste polluant » explique le Pontrambertois.

Il poursuit : « C'est à nous, les entreprises, d'agir ! Nous sommes les premiers à devoir nous investir pour l'environnement. Ce ne sont pas aux gens d'agir chez eux en leur demandant simplement d'éteindre la lumière pendant une heure ! » affirme le président de Brethil qui a déjà rejoint l'association « 1 % pour la planète ».

« On reverse 1 % de notre chiffre d'affaires pour aider cette association à agir pour l'environnement », conclut Pierre Poizat.

A LIRE AUSSI



Sponsorisé

Infiniti Kloud

Ce nouvel outil sauvegarde tout votre PC en 1 clic



Sponsorisé

Bodeboca

Si vous aimez le bon vin, ne passez pas à côté de La Montesa



Sponsorisé

Le Slip Français

Ne passez pas à côté de la nouvelle collection du Slip !



Sponsorisé

Swarovski

Un bijou porte-bonheur... Quel représente le mieux ?



Le Progrès

Chanoz-Châtenay. Les aînés ont leur dernière rentrée

DANS LA MÊME RUBR

BASKET | NM2

Premier test pour La Pointoise

**SAINT-JUST-SAINT-RAMBERT | S
ÉQUESTRE**

Le club hippique associatif reçoit les meilleurs

SAINT-JUST-SAINT-RAMBERT | L

Une cinquantaine d'associations présentes au Forum samedi

TOUR

Tour de France: les secrets du maillot jaune made in France du Coq sportif

Par Adrien Schwyter le 24.07.2019 à 11h02

ABONNÉS

Les maillots jaunes français sont pour la première fois fabriqués en France par Le Coq sportif. Un signe alors que les Français n'ont jamais paru aussi proches de ramener la tunique sur les Champs-Élysées.



Le Coq sportif, partenaire du Tour depuis 2012, a décidé de relocaliser la production de la tunique mythique en France pour son centenaire.

LE COQ SPORTIF

COMMENTER

Si le dernier Français à avoir ramené le maillot jaune sur les Champs-Élysées s'appelle toujours Bernard Hinault (1985), quel que soit le résultat des étonnants Julian Alaphilippe ou

Thibaut Pinot d'ici dimanche, il y aura une dose de patriotisme sur le podium des Champs-Élysées. Le Coq sportif, partenaire du Tour depuis 2012, a décidé de relocaliser la production de la tunique mythique en France pour fêter son centenaire. La tunique portée par les coureurs ces dernières années n'était pas produite en France mais plutôt au Portugal. Le maillot jaune provient cette année de l'usine historique de Romilly-sur-Seine (Aube).

Le site avait dû fermer en 1988 à la suite des difficultés d'Adidas, propriétaire de la marque française entre 1974 et 1995. Rachetée par le fonds d'investissement suisse Airesis, l'usine aux grandes verrières à l'abandon rouvre ses portes en 2010. "C'est la première fois depuis 88 ans que le maillot jaune est produit en France", s'enthousiasme David Pécard, directeur textile de l'entreprise fondée en 1882. La marque au coq avait déjà été partenaire du fameux maillot dans sa longue histoire entre 1951 et 1988.

Avant le premier choc pétrolier de 1973, un millier de personnes s'affairaient dans l'usine. Il ne reste aujourd'hui qu'une vingtaine d'ouvrières qui se sont occupées en amont des tuniques portées quotidiennement par Julian Alaphillipe. "C'est une fierté pour nous de produire ces maillots qu'on verra à la télé, confie Christine, qui s'affaire sur un maillot jaune." Depuis 2013, les matières sont tricotées et teintées à Troyes. Les matières plus techniques viennent toujours aujourd'hui d'Espagne.

3 à 4.000 maillots pour les coureurs

Cette année, 3 à 4.000 pièces ont été livrées pour le Tour de France. Des maillots jaunes, verts pour le meilleur sprinteur, à pois pour le meilleur grimpeur ou blanc pour le meilleur jeune. Avec à chaque fois des versions légères pour la montagne, ou renforcées en cas de froid et pluie. Sans oublier des immaculés pour le podium de chaque étape. Il ne faut pas moins de huit étapes pour la confection de cette tunique.

Chaque maillot cycliste prend 40 minutes à être fabriqué quand un maillot de football en prend dix de moins. Les maillots les plus longs à produire

COMMENTER

TOUR DE FRANCE

SUR LE MÊME SUJET

Tour de France: AG2R La Mondiale table sur "une victoire" d'ici à 2023

–ASO envoie le Tour de France en opération séduction en Asie

–Comment les villes-étapes profitent du juteux business du Tour de France

© Challenges - Les contenus, marques, ou logos du site challenges.fr sont soumis à la protection de la propriété intellectuelle.

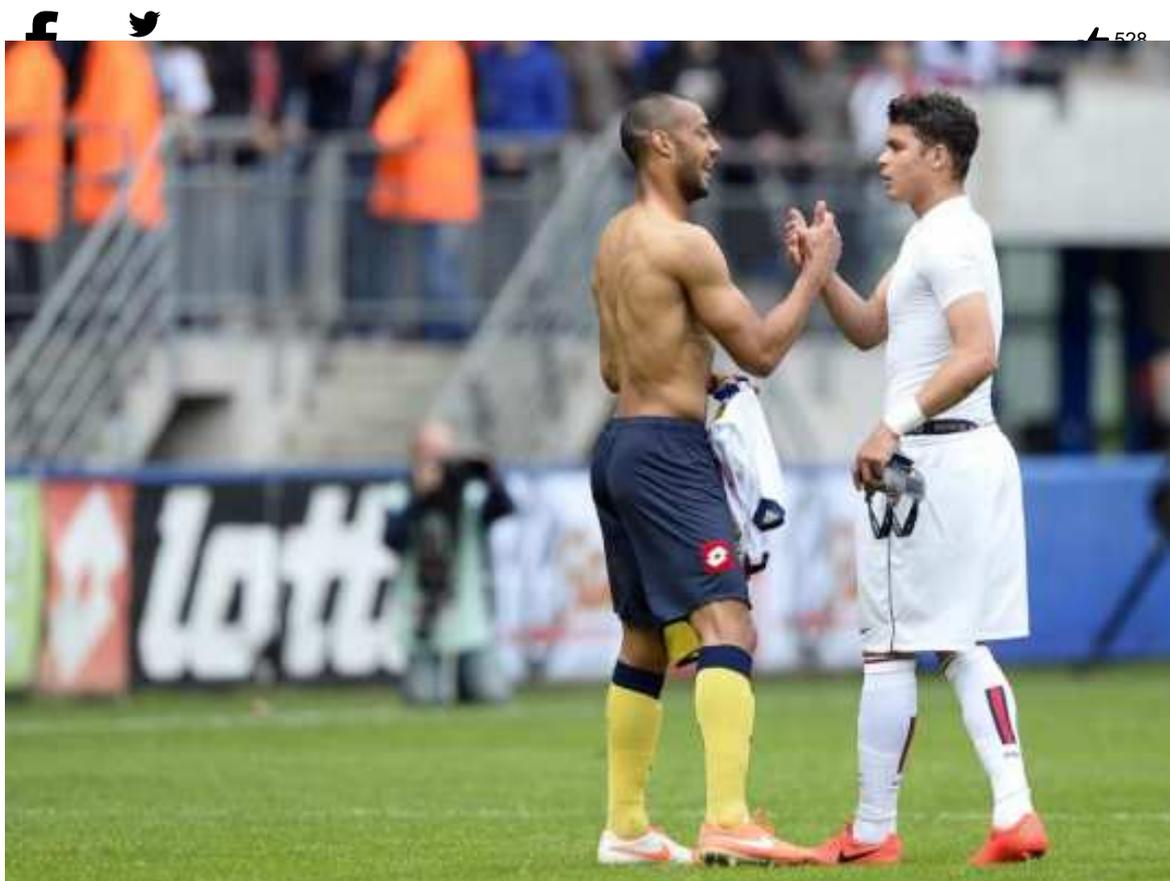
Audience certifiée par

CÉDRIC KANTÉ : « LE MARCHÉ DES SOUS-VÊTEMENTS DE SPORT ÉTAIT INEXPLOITÉ »

Dernier capitaine à avoir joué une Coupe d'Europe avec Strasbourg, Cédric Kanté suit avec attention le parcours du Racing en Ligue Europa. Revenu vivre à Strasbourg après quinze ans au plus haut-niveau, celui qui a grandi dans le quartier de la Meinau est loin d'être à la retraite. Car après des études de STAPS, une activité dans les spiritueux et une carrière de consultant sportif, il a récemment co-fondé une marque de sous-vêtements pour sportifs. Entretien.

PROPOS RECUEILLIS PAR MAXIME RENAUDET JEUDI 15 AOÛT

8 RÉACTIONS



ux mon caleçon ?



STRASBOURG

LOKOMOTIV PLOVDIV



On vous avait quitté en janvier 2017 avec un master en management du sport en poche et des projets dans la sommellerie. Depuis, vous avez co-fondé la marque Ranna, spécialisée dans les sous-vêtements pour sportifs. D'où est venue cette idée ?

Ranna, c'est la volonté d'un de mes coéquipiers de l'AS Pierrots Vauban, le club où j'ai commencé et où j'ai terminé en 2017. Son idée était de créer une marque de sous-vêtements techniques 100% made in France. Il avait travaillé pour Sport 2000 et pour une marque allemande de sport, et il avait envie de se lancer. Il m'a parlé du projet quand on évoluait ensemble et finalement j'ai accepté le challenge.

Les chaussettes antidérapantes sont votre produit phare. Mais concrètement, quelle est l'utilité de ce type de chaussettes pour les footballeurs ?

En fait, ça ne s'adresse pas forcément qu'aux joueurs de foot. Actuellement, il y a même des tennismen qui les testent. Ensuite, c'est simplement pour avoir plus de confort. Pour que le pied ne chauffe pas et pour éviter aussi les ampoules. Elles ont un grip antidérapant qu'on a breveté et qui est lui aussi fabriqué en France. Ça permet d'avoir un meilleur maintien, donc une meilleure activité dans la chaussure. À partir du moment où il y a des changements d'appui et de direction, il y a une grosse différence par rapport à une chaussette classique.

C'est un besoin que vous aviez ressenti lorsque vous étiez joueur ?

Évidemment. Sur mes dernières années, on jouait avec la marque leader Pro Touch mais on coupait tous nos chaussettes pour mettre des socquettes plutôt basiques. Aujourd'hui, on est encore plus à la recherche d'équipements pouvant améliorer la performance. Force est de constater

« On s'est juste basé sur quelque chose d'essentiel : ce qui est entre le pied et la chaussure. »

qu'il n'y avait pas beaucoup d'acteurs sur le marché des chaussettes de sport. C'était délaissé et nous on s'est dit qu'en terme d'investissement et de réactivité, c'était le premier produit idéal pour développer notre marque. Pour les maillots et les chaussures, les équipementiers font le nécessaire. En revanche, le marché des sous-vêtements de sport était inexploité. Finalement, on s'est juste basé sur quelque chose d'essentiel : ce qui est entre le pied et la chaussure.

Ce sont les joueurs qui viennent vers vous pour se fournir, ou c'est principalement vous qui allez vers eux ?

C'est plus du bouche à oreille car des joueurs voient des coéquipiers nous porter. C'est pour ça qu'à Angers, Nantes et Strasbourg, on a pas mal de joueurs. Là, ces quinze derniers jours, on a envoyé des paires à de très nombreux joueurs

pour qu'ils testent nos produits. Donc à partir de septembre, on va être bien plus présent visuellement. Il nous faut de la visibilité même si on veut s'adresser au plus grand monde.

« On a été porté en finale de Ligue des Champions par Moussa Sissoko, c'est une belle vitrine. »

Car même si on vise avant tout le milieu amateur, qui recherche quand même des équipements de qualité, on est également distribué chez des magasins indépendants et dans des grandes enseignes sportives. On a été porté en finale de Ligue des Champions par Moussa Sissoko, c'est une belle vitrine. On ne contacte pas forcément les joueurs car les clubs signent évidemment des gros contrats avec leur équipementier pour que ce soit lui qui soit porté. Quand un joueur nous contacte, il a envie d'avoir des équipements de qualité comme c'est le cas avec ses chaussures. Nous on est là pour répondre à cette demande.

Laurey : « Parfois, le ballon tombe dans le ruisseau et il y a des ragondins »

Peut-on imaginer des futurs partenariats avec des clubs afin que tous les joueurs d'un même effectif utilisent vos produits ?

Évidemment, même si ça demande des moyens. Après, à un

moment donné, tous les staffs sportifs veulent avoir des joueurs qui se sentent bien dans leurs équipements.

« On sait très bien que les gros équipementiers ne vont pas s’amuser à faire des chaussettes techniques made in France. »

On sait très bien que les gros équipementiers ne vont pas s’amuser à faire des chaussettes techniques made in France et qu’ils sont sur d’autres choses. Donc à nous, déjà, de bien se faire connaître, d’avoir une bonne réputation, que les joueurs se sentent bien dans nos produits et ensuite, naturellement, des choses pourront se construire. D’autant qu’on a pour ambition d’élargir la gamme avec des investissements qui vont arriver dans les prochains mois.

Vous avez également sorti des boxers pour hommes, et prochainement des boxers et des brassières pour femmes. C’était important de proposer également une ligne pour les sportives ?

Oui. L’idée est même arrivée bien avant l’engouement constaté pour la Coupe du Monde car des volleyeuses, des basketteuses et des handballeuses nous suivaient déjà de très près sur les réseaux sociaux. Et elles sont sportives autant que les mecs. Après, on rentre en incubation à partir de début septembre, ce qui va nous donner accès à certains financements et nous permettre de développer un peu plus vite tout cela afin de proposer très bientôt toute notre ligne

pour les sportives.

L'intégralité de vos produits sont confectionnés en France. Ça aussi c'était un souhait dès le départ ?

Oui, on ne se voyait pas faire autre chose en fait. C'est un peu notre supplément d'âme au niveau philosophique. Qu'est-ce qui va nous différencier ? Qu'est-ce qui va faire que les gens vont s'identifier à nous ? Et bien c'est de produire localement. On a un fournisseur à Limoges, un dans l'Hérault, un en Isère et un prochainement en Alsace,

« En tant que Français, ça nous paraissait important de produire localement, surtout à l'heure où les marques françaises sont délocalisées et où on parle des conditions de travail. »

ce qui nous permet d'aller voir nos fournisseurs, de discuter avec eux et donc d'avoir un vrai échange. En tant que Français, ça nous paraissait important de produire localement, surtout à l'heure où les marques françaises sont délocalisées et où on parle des conditions de travail. Même si c'est plus compliqué et plus cher, ça nous tient à coeur. On sait aussi que les pratiquants adhèrent à cette philosophie et y tiennent.

D'ailleurs, vos compétences acquises lors de vos études vous aident-elles dans vos missions pour Ranna ?

Pas réellement car mon diplôme était davantage fait pour

travailler au sein d'un club, dans le but de conseiller éventuellement des présidents ou des directeurs généraux. Là, je suis chargé des relations avec les clubs professionnels. Je dois trouver des joueurs susceptibles de tester nos produits car on est toujours une jeune marque. Après, c'est toujours utile d'avoir fait huit modules universitaires et d'avoir écrit un mémoire. C'est jamais perdu même si ce n'est pas tout à fait les mêmes compétences. Disons que ça permet de garder un réseau.

Sur quoi portait votre mémoire ?

C'était sur le retour du Racing Club de Strasbourg dans le monde professionnel. C'était vraiment au moment de la remontée en Ligue 2. J'avais un peu « anticipé » tout ça puisqu'on est quasi-Européen et qu'on se maintient depuis en Ligue 1. C'était un bon sujet même si ça ne m'a pas permis après de revenir au club.

Kanté : « Il faut peut-être que Di Caprio arrête de bosser avec Scorsese »

Justement, pourquoi ne pas avoir choisi de revenir dans le foot en tant qu'entraîneur, recruteur, formateur ou consultant ? Le Racing ne vous a rien proposé ?

J'avais déjà été pas mal aidé par le club pour mon mémoire, et notamment le secrétaire général Romain Giraud, avec lequel je me suis entretenu assez régulièrement pendant cette

année universitaire. Derrière, effectivement, il n'y a pas eu de proposition spéciale pour intégrer le club. Mais à côté de ça, ça fait deux ans que je suis consultant pour Canal+ Afrique. Je suis souvent à Paris en plateau pour des émissions ou pour des matchs. J'ai aussi pu commenter la CAN cet été et je vais rempiler pour une troisième saison en septembre.

Le métier de consultant était déjà quelque chose que vous souhaitiez faire à la fin de votre carrière ?

Non pas vraiment, même si de temps en temps je faisais un peu de radio. Rester dans le foot, ça me paraissait essentiel mais, vu que je suis basé à Strasbourg, à part le Racing, il n'y a pas grand-chose. Donc la solution a été de prendre le train plusieurs fois par mois et de rejoindre le projet Canal+ Afrique. En tant qu'ancien international malien, mon profil les intéressait. Puis ça me permet de suivre la Premier League, la Liga et la Serie A à partir de la semaine prochaine donc c'est toujours bien pour l'expérience. Pour les clubs, on verra plus tard.

Vous étiez capitaine du Racing lors de la dernière épopée européenne du club en 2006. Ça vous fait quoi de revoir le club à ce niveau ?

Je me dis qu'il y a eu un travail énorme de fait ces dernières années. Ce qui me fait surtout plaisir c'est que le public apprécie cette situation à sa juste valeur

« Ce qui me fait surtout plaisir c'est que le public apprécie cette situation à sa juste valeur car en 2006, alors qu'on

jouait Bâle en huitième de finale de Ligue Europa, le stade sonnait creux. »

car en 2006, alors qu'on jouait Bâle en huitième de finale de Ligue Europa, le stade sonnait creux. C'est vrai qu'on était dans une situation délicate en championnat mais je pense que le public de l'époque ne réalisait pas la chance que le club avait d'évoluer en coupe d'Europe. J'étais à la Meinau contre le Maccabi Haïfa lors du tour précédent et le stade était quasiment rempli en plein milieu de l'été. Donc ça aussi ça montre une évolution.

Strasbourg déjà d'attaque

Vous voyez Strasbourg atteindre les phases de poules ?

J'adorerais voir l'équipe en phases de poules avant la trêve mais comme je le disais récemment, il faut l'effectif pour. Et pour un petit club comme le nôtre, ce n'est pas toujours évident d'avoir un effectif taillé pour ça. L'Europe peut être un piège mais bon, le club fait du bon travail et anticipe bien les choses donc je lui fais pleinement confiance. C'est plus de problèmes, mais aussi beaucoup plus de plaisir.

En 2006, l'Europe avait t-elle créé un différentiel de motivation par rapport au championnat ?

C'est clair que nous, l'UEFA avait été notre bouffée

d'oxygène pendant pas mal de mois. En coupe d'Europe, on tournait bien et on avait intégré pas mal des jeunes. On jouait vraiment l'esprit libéré, donc c'était vraiment une échappatoire, notamment pour ceux comme moi qui jouaient tous les matchs. Après, j'ai toujours essayé de prendre un peu de recul par rapport à la situation parce que gagner la Coupe de la Ligue l'année d'avant, se retrouver en coupe d'Europe et aller jouer à Rome, tout ça il faut l'emmagasiner et en profiter. On n'avait pas forcément l'effectif pour jouer sur les deux tableaux, est-ce que ça nous a empêché de nous remobiliser dans les temps pour le championnat ? Je ne sais pas. Mais ça a aussi permis à des joueurs de partir vers d'autres cieux et de se faire voir. L'un dans l'autre, c'est quand même quelque chose de très positif, d'autant que je suis né à Strasbourg, donc jouer avec le club en Europe, c'était spécial.

PROPOS RECUEILLIS PAR MAXIME RENAUDET

Cornilleau : la table de ping-pong made in France depuis 50 ans

La PME picarde a investi 400 000 euros dans une machine sur-mesure pour augmenter sa productivité et réduire la pénibilité.



Bonneuil-les-Eaux (Oise), le 27 août 2019. Deux opérateurs assemblent une table de ping-pong Cornilleau à l'aide de visseuses automatiques. LP/Philippe Lavieille

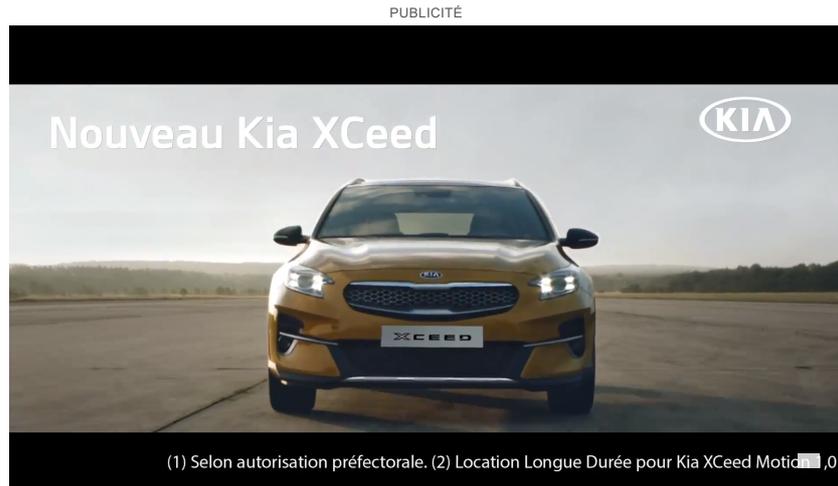
Par **Cyril Peter**

Le 9 septembre 2019 à 12h32, modifié le 9 septembre 2019 à 12h41

Dans le jardin du voisin, dans les allées de [Decathlon](#) ou Intersport... On en voit partout, des tables de ping-pong Cornilleau. Créée à Bonneuil-les-Eaux (Oise) en 1946, l'entreprise éponyme - qui était au départ un atelier de menuiserie - en a écoulé près de trois millions, dans 80 pays.

À l'origine de ce succès, une commande de 300 tables passée par le BHV de Paris pour les fêtes de Noël 1969. « Le marché

des loisirs était en plein essor, rappelle Michel Zany, l'actuel président de Cornilleau. Le fondateur, Émile Cornilleau, est convaincu par son fils Pierre d'investir la moitié du chiffre d'affaires de la société pour l'industrialiser. » C'est le début de la saga Cornilleau, version tennis de table.

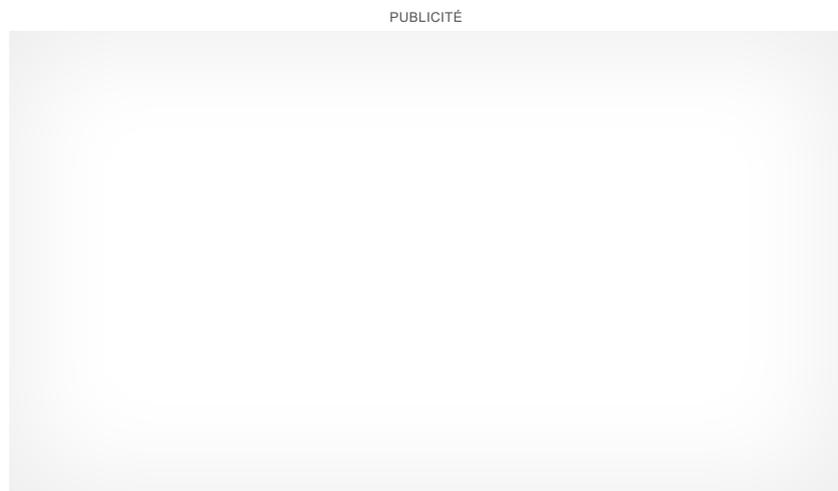


inRead invented by Teads

Pour répondre à la demande de la grande distribution, l'entreprise en croissance, entourée de champs de blé, achète les terrains voisins. Son site historique s'étend aujourd'hui sur 10 000 m² couverts et deux des cinq lignes de montage sont robotisées.

Détenue à 60 % par le patron et des cadres

D'un côté, quatre ouvriers, en t-shirt ou débardeur, assemblent 100 tables par jour à l'aide de visseuses automatiques. De l'autre, trois opérateurs veillent sur [des robots](#) qui recouvrent d'enduit et de peinture des panneaux en bois brut. « Avant on attendait 24 heures pour que ça sèche. Aujourd'hui on les passe dans un tunnel de séchage par lampes UV, ça prend au total 7 minutes », se félicite Michel Zany.



inRead invented by Teads

Soutenue par des actionnaires minoritaires, la banque publique d'investissement [Bpifrance](#) et le fonds régional Picardie Investissement, la PME détenue à 60 % par le patron et des cadres fait tout pour « rester compétitive » face aux concurrents qui fabriquent au Portugal ou en Chine.

D'où l'installation, cet été, d'une machine sur-mesure, à 400 000 euros. « Le personnel porte moins de charges lourdes et les flux ont été optimisés. Chaque centime gagné, on le met ensuite dans l'innovation, le marketing, la communication », assure le patron, qui a succédé au fils du fondateur, parti à la retraite en 2003.

Jusqu'à 1800 euros la table aux États-Unis

Marque de référence pour [les pongistes du dimanche comme les joueurs confirmés](#), Cornilleau est connue pour son produit phare : la table « outdoor » (d'extérieur). Lancée en 1988, elle est vendue à partir de 350 euros et pèse 70 % du chiffre d'affaires de 25 millions d'euros.

L'activité de la PME repose également sur les tables « indoor » – celles de compétition coûtent jusqu'à 1 200 euros – mais aussi les raquettes, balles et accessoires, fabriqués par des sous-traitants français ou chinois. La récente commercialisation d'un billard d'extérieur, censé résister aux conditions climatiques extrêmes, s'inscrit dans cette politique de diversification.

Newsletter - L'essentiel de l'actu

Chaque matin, l'actualité vue par Le Parisien

Adresse e-mail

JE M'INSCRIS

Votre adresse mail est collectée par Le Parisien pour vous permettre de recevoir nos actualités et offres commerciales. [En savoir plus](#)

Et dans un marché européen saturé, Cornilleau a enfin identifié un relais de croissance : les États-Unis. « Les Américains ont arrêté l'industrie avant les Français. Et aucun fabricant local ne s'est lancé dans le premium », note Michel Zany. Outre-Atlantique, les tables Cornilleau se vendent jusqu'à 1 800 euros.

LIRE AUSSI > [Le «premier vrai billard d'extérieur» est picard](#)

[VOIR LES COMMENTAIRES](#)

Économie



Aigle Azur : aucune offre de reprise retenue, fin d'activité ce vendredi à minuit



Gaz : baisse de 2,4 % des prix au 1er octobre



Fusionner Thalys et Eurostar : la SNCF veut créer une nouvelle compagnie européenne



Grève RATP et transports en décembre : FO devrait rejoindre le mouvement

Contenus sponsorisés

Le coût des voitures hybrides pourrait vous surprendre

Electric Cars | Liens de recherche

Curry : nos meilleures recettes

Femme Actuelle Diapos

Votre cœur fait gonfler vos chevilles et vos pieds ?

Suis ton coeur

Et si vous accélériez vos investissements ?

IBM

Isolation à 1€ arnaque ou bon plan ? On vous explique tout !

Isolation1euro

Aqualagon : plongez dans notre univers aquatique à deux pas de Paris !

Center Parcs

Auto-entrepreneurs ?

La Banque Postale

Toute la journée découvrez comment

Transitions

Articles les plus lus



Guide Shopping Le Parisien



Dyson : -15% sur l'aspirateur balai V11 Absolute

Samsung Galaxy : -21% sur le smartphone S10e pour les French Days

Smartphone : -17% sur l'iPhone XR d'Apple

Auto-Moto



Volkswagen Golf Plus
3950€



Honda Civic
27490€



Ford Fiesta
10690€



Austin Mini
44900€

Près de 300 000 annonces auto-moto
[LaCentrale.fr](https://www.lacentrale.fr)

Codes promo

[Codes promo Cdiscount](#)

[Codes promo Amazon](#)

[Codes promo Sephora](#)

[Codes promo La Redoute](#)

[Codes promo Asos](#)

[Codes promo Sarenza](#)

[Codes promo Nike](#)

[Codes Promo Darty](#)

Plus de 2000 marchands
[Voir](#)

Services

[Programme TV](#)

[Météo](#)

[Offres d'emploi](#)

[Annonces immobilières](#)

[Billetterie spectacles](#)

[Citations et proverbes](#)

[Blog de vin](#)

[Logiciels](#)

Tous les services
[Voir](#)

Coleen dévoile son nouveau vélo électrique "Made In France"

[Stéphane Ficca](#)

22 octobre 2019 à 13h31

11



Le groupe français Coleen n'est pas peu fier de présenter son tout nouveau vélo électrique à l'occasion du CES Unveiled Paris 2019.

Une nouvelle génération de vélo électrique conçu et fabriqué en France, qui promet d'allier légèreté, sécurité, qualité et design minimaliste. Mais à quel prix ?

Là-haut sur la Coleen

Après une première version au CES de Las Vegas, Coleen lève donc le voile sur sa toute nouvelle génération de vélo électrique. Un vélo doté d'un nouveau moteur (fabriqué en France) de 250 W, annoncé comme plus puissant et plus silencieux, qui agit directement sur la roue arrière.



Côté batterie (également fabriquée en France), on retrouve ici un bloc de 529 Wh, pour une autonomie d'environ 100 km, selon le constructeur. La transmission se fait par courroie, et le vélo, d'un poids de 18 kg, est équipé de freins hydrauliques à disque.



Un écran de 3,2" (en 480 x 800 pixels) est également intégré au guidon : en plus des informations classiques (vitesse, état de la batterie, distance...), il permettra d'afficher géolocalisation GPS, alertes d'appels ou messages...



La selle, elle, est fabriquée en France par Idéale, qui envoie ensuite les chutes de cuir chez l'accessoiriste français Voltaire, afin qu'il se charge de mettre au point les poignées. "Made in France" de bout en bout donc.



« La géométrie du cadre s'inspire de celle des premières draisiennes inventées près de l'avenue de Montaigne à Paris en 1861 », expliquent fièrement

Audrey Lefort et Thibault Halm, les créateurs de Coleen.

Prix et disponibilité

Le vélo électrique Coleen est d'ores et déjà disponible en précommande sur [le site officiel de la marque](#).

Il faudra toutefois accepter de déboursier pas moins de 5 990 euros pour s'afficher au guidon de cette « *production française* », proposée en finition Opaque ou Marinière.

Source : *Communiqué de presse*

Raidlight : Benoit Laval veut reprendre son atelier de production à Rossignol

Par **Stéphanie Gallo Triouleyre** | 17/10/2019, 7:44 | 467 mots



(Crédits : DR)

Revenu au Groupe Rossignol en 2016, Raidlight Vertical est sous la menace de la délocalisation en Chine de son atelier de production. Son fondateur, qui a quitté l'aventure en février dernier, propose à Rossignol de reprendre l'atelier pour se lancer dans un nouveau projet de fabrication, sans lien avec Raidlight.

but de semaine aux salariés. Rossignol engage un plan de restructuration concernant les 5 de sa filiale Raidlight Vertical, spécialisée dans l'équipement des trailers et des coureurs à

tivité, la production sera probablement centralisée sur la Chine", explique-t-on du côté de

aidlight continuera néanmoins de piloter ses activités depuis Saint-Pierre-de-Chartreuse en dlight Vertical, en 2016, à ses fondateurs Benoit Laval et Vincent Thibaudat. Ces derniers ar l'aventure en février dernier pour des questions de "*divergence stratégique*".

sabilité ? Un peu, mais je n'ai pas mauvaise conscience. L'opération apparaissait comme besoin de nous appuyer sur ce groupe international pour poursuivre la croissance de Laval.

uction en 2008, alors qu'il était encore installé dans la Loire puis l'avait déménagée en 2011 à Laval. En 2014, Raidlight avait remporté un appel à projet national du Ministère de l'Industrie sur le thème du Made in France. Il avait alors implanté l'atelier Inofab.

machines, des savoir-faire de rupture très innovants. Plus d'une dizaine de salariés produits à la demande. En février dernier, il y avait encore 12 salariés", regrette Benoit Laval.

ar la situation", il a pris acte de la décision de Rossignol mais a décidé, très rapidement de

un courrier à Bruno Cercley, le P-dg du groupe Rossignol, pour lui proposer une reprise de Laval. Une rencontre l'après-midi même. La discussion est ouverte", explique-t-il.

beaucoup plus pour l'instant car le sujet reste confidentiel mais confie :

Raidlight, ni de faire de la sous-traitance pour le groupe, ni de créer une marque. Un projet valorisant le Made in France, sur un domaine textile évidemment, depuis plusieurs années. L'atelier est toujours en activité. L'annonce de fermeture sera peut-être l'opportunité

d'autres projets de création et de reprise.

er "avec attention" la proposition. Et insiste sur le fait que si elle ne devait pas aboutir, le fait de rester à l'ensemble des salariés impactés par cette fermeture.