



Revue de Presse sur le Fabriqué en France :

Luxe

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

Entretien

Pionnière du "made in France" : la vision politique d'Agnès B.

Propos recueillis par Sylvain Monier

Publié le 27/10/2018 à 13:00

Cette Versaillaise plutôt rock 'n' roll œuvre depuis ses débuts pour le made in France. Au point que la marque Agnès B. fait aujourd'hui figure de pionnière en la matière.

Elle a bâti un empire de la mode. Très immergée dans le monde de la pop culture, Agnès Troublé alias Agnès B, mécène et propriétaire de galerie, a habillé Bowie, les acteurs des films de Tarantino et de Lynch. Côté politique, cette catholique de gauche a également vêtu François Hollande. Avec ses goûts culturels et son style intemporel et élégant, on pourrait envisager cette sympathique bobo comme une chantre de la « mondialisation heureuse ». Tout faux.

Marianne : Depuis quand votre marque a-t-elle choisi de jouer la carte du made in France ?

Agnès Troublé : Depuis le début. Dès l'ouverture des premières boutiques en 1975, et lors de la fondation du groupe en 1979, je me suis engagée à faire fabriquer mes collections en France.

Est-ce lié à un engagement éthique voire politique ?

Oui, mais pas seulement. Il y existait un motif d'ordre esthétique également. Le fait est qu'à mes débuts, j'ai œuvré dans une usine de vêtements de travail à Bordeaux. J'ai alors imaginé

que ce serait bien de reprendre ces pièces mais avec une autre couleur pour les remettre au goût du jour. Par la suite, je me suis adressée à d'autres usines françaises - pas très chères - qui confectionnaient des vêtements très spécifiques. Pour mes tee-shirts rayés par exemple, leur solidité vient du fait que j'ai fait appel à un façonneur de maillots de rugby. Par la suite, certains fournisseurs ont fermé, d'autres ont ouvert... Et comme j'ai de la suite dans les idées, j'ai tenu à continuer dans cette voie-là.

Avez-vous essayé des...

Cet article est réservé aux abonnés

Il vous reste 71% à lire.

#MADE IN FRANCE

Le Journal **Economique**

Home > Economie > Made in France et reconversion professionnelle : Louis Vuitton s'engage pour l'emploi

Made in France et reconversion professionnelle : Louis Vuitton s'engage pour l'emploi

By *La Rédaction* on 12/09/2019

L'inauguration d'un nouvel atelier dans le Maine-et-Loire a été l'occasion pour la marque de maroquinerie française de mettre en avant sa politique de recrutement.

Le 5 septembre dernier, Louis Vuitton inaugurerait son tout nouvel atelier de fabrication à Beaulieu-sur-Layon, petite commune viticole du Maine-et-Loire. Afin de répondre à une demande toujours plus grande de la part de ses clients, la célèbre marque française a mis en place depuis 2011 un plan d'extension de ses capacités de production. Quatre modèles de la marque seront fabriqués dans ces locaux de plus de 6000 m2, qui accueilleront à terme près de 300 salariés. Et ce n'est pas un hasard si par sa présence, la Ministre du Travail Muriel Pénicaud a choisi de faire de cette inauguration un symbole.



Multiplication des recrutements

En effet, alors que le chômage reste la préoccupation première des français, le malletier a mis en place une politique de recrutement ambitieuse. S'appuyant sur la croissance du groupe LVMH, Louis Vuitton a agrandi la plupart de ses ateliers au cours des dernières années, et est désormais passé au niveau supérieur avec l'ouverture de trois ateliers sur les deux dernières années.

Près de 4300 personnes travaillent dans ces 16 fabriques, réparties dans différentes régions. Près de 2000 personnes ont été recrutées sur les deux dernières années, et le groupe prévoit 1500 embauches supplémentaires d'ici 2022.

Louis Vuitton: Un savoir-faire unique

Les louanges et encouragements du ministère du Travail reposent en particulier sur un élément dont Louis Vuitton a su faire une force : la reconversion professionnelle. Afin de conserver les standards de qualité élevés qui font le succès des groupes de luxe français, la marque fondée en 1854 a choisi de maintenir la majorité de ses ateliers en France, mais surtout de miser sur le savoir-faire de ses employés. « Aucune machine ne peut remplacer la main », soulignait le PDG de la maison, Michael Burke lors de l'inauguration.

La transmission du savoir est donc devenue un enjeu majeur pour le groupe qui n'hésite pas à recruter, via des séries de tests, des employés sans expérience préalable dans le secteur. « Il faut trois choses pour être recruté : la dextérité manuelle, la capacité de travailler en équipe, car un sac se fabrique à plusieurs, et celle de la transmission », résumait Michael Burke le 5 septembre dernier.

Moins d'un tiers des candidats sont retenus, et près de la moitié d'entre eux n'a pas d'expérience dans la couture ou la maroquinerie. Au fil du temps, la marque a donc mis en place des programmes de formation pointus, permettant d'assurer une qualité constante de ses produits. En effet, dans la maroquinerie de luxe, la moindre erreur, un faux mouvement ou encore une aiguille piquée au mauvais endroit, peut faire perdre des heures de travail et rendre un produit invendable.

Reconversion professionnelle et formation : le duo gagnant

Formés par ces grandes marques, les artisans français font figure de modèle mondial et animent l'un des secteurs économiques les plus productifs du pays. En se rendant à l'inauguration de

Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site. Si vous continuez à utiliser ce dernier, nous considérerons que vous acceptez l'utilisation des cookies.

Ok

SUIVEZ-NOUS



ARTICLES RÉCENTS



AU BORD DE LA FAILLITE, XL AIRWAYS A ASSIGNÉ AIR FRANCE EN JUSTICE

25/09/2019



LE VOYAGISTE BRITANNIQUE THOMAS COOK FAIT FAILLITE

24/09/2019



L'ÉCONOMIE FRANÇAISE VA TOURNER AU RALENTI JUSQU'EN 2020

23/09/2019



BERCY VA SUPPRIMER PRÈS DE 20 TAXES POUR 250 MILLIONS D'EUROS

20/09/2019



LA TAXE CARBONE EST BIENTÔT DE RETOUR EN FRANCE !

20/09/2019



FRENCH TECH : LEVÉES DE FONDS SPECTACULAIRES POUR CETTE RENTRÉE 2019

17/09/2019



MADE IN FRANCE ET RECONVERSION PROFESSIONNELLE : LOUIS VUITTON S'ENGAGE POUR L'EMPLOI

12/09/2019



LA TAXE FONCIÈRE VA CONNAÎTRE UNE FLAMBÉE CETTE ANNÉE POUR 130 000 PROPRIÉTAIRES

12/09/2019



ENR : LES CAPACITÉS DE PRODUCTION MULTIPLIÉES PAR 4 EN 10 ANS

11/09/2019



IMMOBILIER ET BLOCKCHAIN : LE PARI D'UNE STARTUP ALLEMANDE

10/09/2019

déjà envisagé changer de métier, et que la quête de sens devient l'un des premiers critères d'orientation pour les jeunes générations, Louis Vuitton a su s'appuyer sur son image de fleuron de la mode française pour attirer les meilleurs candidats, et leur transmettre un savoir-faire historique. Une stratégie gagnant/gagnant qui permet aujourd'hui à la marque de créer de l'emploi en France, et de continuer à vendre ses produits à travers le monde.

Facebook Twitter Email Plus d'options... 2

Louis Vuitton LVMH made in France Reconversion

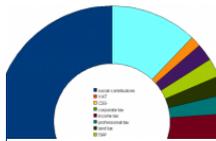


About La Rédaction

RELATED POSTS



Moral Des Ménages En Hausse Et Confiance Dans La Marque France : LVMH, L'Oréal, Kering



Impôts – LVMH, BNP, Crédit Agricole : Quelle Empreinte Fiscale



L'innovation : Clé De Voûte De La Réussite Entrepreneuriale

LEAVE A REPLY

Votre adresse de messagerie ne sera pas publiée. Les champs obligatoires sont indiqués avec *

Commentaire

Nom *

Adresse de messagerie *

Site web

Prévenez-moi de tous les nouveaux commentaires par e-mail.

Prévenez-moi de tous les nouveaux articles par e-mail.

Laisser un commentaire

Ce site utilise Akismet pour réduire les indésirables. [En savoir plus sur comment les données de vos commentaires sont utilisées.](#)

Contact | Mentions Légales |

Copyright © 2014 LeJournalEconomique.com
 Powered by Themes24x7

Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site. Si vous continuez à utiliser ce dernier, nous considérerons que vous acceptez l'utilisation des cookies.

Ok

Vuitton inaugure un atelier nouvelle génération près d'Angers

Le maroquinier a ouvert son 16 e atelier en France. Un bâtiment modulable d'un nouveau type, construit pour répondre plus rapidement à une demande mondiale en évolution constante. Quelque 135 salariés ont déjà été recrutés. Un effectif qui doit doubler dans les deux ans. Au total, Vuitton prévoit 1.500 recrutements dans ses ateliers français d'ici à 2022.

| Mode & Luxe |

A Beaulieu-sur-Layon, quelque 135 salariés ont été embauchés pour fabriquer des sacs à main - des modèles « Néonoé » ou le « Mini Boîte Chapeau ». Ils devraient être 300 dans les deux ans.

David Atlan

Par **Dominique Chapuis**

Publié le 05/09 à 18h37 | Mis à jour le 05/09 à 18h57

L'industrie française de la maroquinerie se porte bien. Elle embauche à tours de bras. Depuis 2013, plus de 6.000 emplois ont été créés dans le secteur grâce aux géants du luxe LVMH, Hermès ou Chanel, pour lesquels le made in France reste un sésame incontournable.

Ce n'est manifestement pas fini. A Beaulieu-sur-Layon, dans le Maine et Loire, Louis Vuitton, la marque star de LVMH (propriétaire des « Echos ») a inauguré jeudi son 16e atelier dans l'Hexagone.

Il s'agit du troisième site ouvert depuis 2017 par le premier maroquinier mondial, dont le chiffre d'affaires dépasse désormais les 10 milliards d'euros.

Priorité à la réactivité

A Beaulieu-sur-Layon, quelque 135 salariés ont été embauchés pour fabriquer des sacs à main, des modèles « Néonoé » ou le « Mini Boîte Chapeau ». Ils devraient être 300 dans les deux ans. Au total, Vuitton prévoit 1.500 recrutements dans ses ateliers d'ici à 2022 en France. *« Il y a un appétit pour les nouveautés, souligne Michaël Burke, le PDG de Vuitton. Nous en proposons entre 30 % et 40 % selon les saisons. Aujourd'hui, l'industrie du luxe est moins dans le prévisionnel que dans la réactivité, même s'il faut conserver un équilibre avec les produits pérennes. La fabrication se fait en quelque sorte sur mesure. »*

Pour suivre ces cycles plus rapides, l'atelier de Beaulieu-sur-Layon, actif depuis janvier, est le symbole d'une nouvelle génération de bâtiments. Structure minimaliste en métal et en bois, grandes baies vitrées, pas de bureaux ni de cloisons. *« C'est un lieu flexible, précise Jean Angélini, en charge de la construction des ateliers. Contrairement aux plus anciens, 60 % de la surface est dédiée à la fabrication, et le reste au stockage et aux locaux techniques. »* Un modèle plus souple qui permet de répondre plus vite à la demande, notamment celle des clients chinois. Ces derniers représentent un tiers de ses ventes dans le monde.

LVMH renouvelle son équipe de créateurs pour les hommes

Les procédés de production ont eux aussi évolué. avec la