

Revue de Presse sur le Fabriqué en France :

Textile

Date : janvier 2016 – juin 2016
Proposé par : SémioConsult®
Auteur : Anne-Flore Maman Larraufie, PhD
Contact : anne-flore.maman@semioconsult.com



SémioConsult® est un cabinet de conseil pour entreprises et particuliers fondé sur une expertise reconnue à l'international et une connaissance fine du monde de la marque, du luxe et de ses codes.

Spécialisé dans la gestion de la marque incluant la compréhension des consommateurs, les problématiques liées au Made in France & Made in Italie, et dans la lutte contre la contrefaçon, il compte dans son portefeuille client des institutionnels, des PME, ainsi que des marques prestigieuses en France et en Italie.

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

www.semioconsult.com

🏠 ([//acteursdeleconomie.latribune.fr](http://acteursdeleconomie.latribune.fr))

> Innovation (<http://acteursdeleconomie.latribune.fr/innovation.html>)

Luni mise sur le textile "made in France"

Par **Nicolas Rousseau** ([/journalistes/nicolas-rousseau-161](http://journalistes/nicolas-rousseau-161)) | 26/02/2016,
14:30 | 439 mots



(Crédits : DR)

Basée au Puy-en-Velay (Haute-Loire), la startup Luni développe un concept-store original. Créée il y a tout juste un an, elle propose une gamme de vêtements de créateurs "made in France" et référence quelque 4 500 produits.

De petites collections, de jeunes créateurs et une production "made in France". Tel est le triptyque sur lequel s'appuie Luni, (<http://luni.fr/>) une startup basée au Puy-en-Velay (Haute-Loire). Créée en janvier 2015, cette plateforme de vente en ligne propose des vêtements conçus et fabriqués quasi-exclusivement en France.

"Luni se veut le concept-store des créateurs français, explique Grégory Planchat, son fondateur, d'origine lyonnaise. A ce jour, nous travaillons avec une cinquantaine de créateurs."

Le principe de sélection des articles opérée par l'équipe de Luni est simple : *"Tout ou quasiment tout doit être produit en France"*, assure Grégory Planchat. Au total, le site totalise à ce jour quelque 4 500 références produits.

Les créateurs référencés par Luni proposent de petites séries, qui dépassent rarement la centaine de pièces. Ces volumes permettent à l'entreprise de se distinguer en proposant des modèles originaux. *"Et qui, produits en France, demeurent compétitifs, par rapport à des articles par exemple réalisés au Bangladesh."*

Navigation par usage

À l'origine, Luni ciblait davantage une clientèle assez jeunes. Mais au vu des statistiques de fréquentation de la plateforme, ce sont les 40 ans et plus qui constituent la plus large part de l'audience.

Au sein de la boutique, la navigation ne se fait pas uniquement par genre (homme/femme), mais également par l'usage qui sera fait du vêtement (outdoor, soirée, travail, etc.).

"Notre but était ne nous différencier des autres sites de vente en ligne et de permettre à l'acheteur potentiel d'arpenter la boutique selon des thématiques", détaille Grégory Planchat.

La boutique centralise les commandes et met en relation créateurs et acheteurs.

"Nous fonctionnons sur le principe du "dropshipping". Nous travaillons avec des fournisseurs que nous sélectionnons et/ou qui nous sélectionnent, pour distribuer leurs produits. Les produits sélectionnés sont sélectionnés par notre équipe, mis en ligne sur notre site, puis la commande peut être expédiée par le créateur lui-même.

Luni.Paris

Pour poursuivre son développement et afin de générer une avance de trésorerie, la société, qui compte trois collaborateurs, a lancé une campagne de financement participatif sur Ulule.

Luni va ainsi ouvrir, début mars, une plateforme de ventes privées, baptisée "Luni.Paris". L'idée là encore est de proposer des collections 100 % français, conçues et produites dans l'Hexagone. La société ponote espère par ailleurs ouvrir une boutique physique d'ici à la fin de l'été 2016 ou au tout début de l'automne.



VIDÉOS

JT

MAGAZINES

FIL INFO

DIRECT LCI

L'essentiel de l'info

SOCIÉTÉ MONDE POLITIQUE ECONOMIE SPORT HIGH-TECH CINÉMA PEOPLE PLURIELLES

MYTF1News > Le journal de 20h > Vidéos > Le textile Made in France, un pari qui a du sens

LE20HPrésenté par **Gilles Bouleau**
Voir le site**LE13H****JTWE****MÉTÉO****ECONOMIE** 3min 24s, le 21/03/16 à 20h35

Le textile Made in France, un pari qui a du sens

Il y a 30 ans, l'industrie textile employait 600.000 personnes en France. Ses effectifs ont depuis été divisés par six. Pourtant, certains fabricants croient encore au Made in France. Myriam Underwood, ancienne employée dans le textile, en a fait le pari par conviction. De la laine du mouton à l'atelier de confection, chaque étape permet de soutenir le savoir-faire français.

Source vidéo:

Tweeter

Recommander

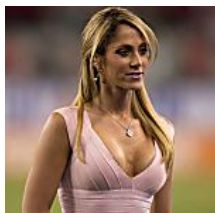
423

G+

2

37min 37s, le 21/03/16 à 20h35
Le 20 heures du 21 mars 20161min 33s, le 21/03/16 à 20h35
Les titres du 20h de ce lundi 21 mars 2016**SOCIÉTÉ**
2min 12s, le 21/03/16 à 20h35
L'arrestation d'Abdeslam reconstituée grâce à de nouvelles ...**SOCIÉTÉ**
1min 59s, le 21/03/16 à 20h35
Arrestation de Salah Abdeslam : les hommes qui sont ...**SOCIÉTÉ**
1min 12s, le 21/03/16 à 20h35
Salah Abdeslam en isolement total rencontre pour la ...**SOCIÉTÉ**
31 secondes, le 21/03/16 à 20h35
"J'espère qu'il continuera à collaborer" : la première ...**SOCIÉTÉ**

VOUS AIMEREZ AUSSI

**Ces présentatrices qui font tourner la tête de tous les**
Pause Sport**Les 25 briseuses de couple les plus célèbres**
Vie Pratique**Surfeuse surdouée mais pas top model, elle se bat sans**
L'Obs**Les plus belles femmes des joueurs de l'Euro !**
People Folie

Contenus sponsorisés par

TOP VIDÉOS



Le kidnapping d'une petite fille évité de justesse

DERNIÈRES VIDÉOS FRANCE



SAILY-LAURETTE Le made in Saily-Laurette à l'honneur chez Marbella

PUBLIÉ LE 04/04/2016

Courrier picard



En poursuivant votre navigation sur ce site, vous acceptez l'utilisation des cookies pour vous proposer des services et des contenus personnalisés en fonction de vos centres d'intérêt. [Plus](#)

[d'informations](#) [J'accepte](#)

Exceptionnellement ouvert au public dans le cadre des Journées européennes des métiers d'art, l'atelier de bijoux Marbella n'a pas désempilé ce week-end. Samedi 2 avril, les visiteurs ont observé le travail des « *artisans-bijoutières* », terme que la directrice Adeline Moniez reconnaît avoir inventé, mais qu'elle se plaît à employer pour qualifier son personnel. Le lendemain, en couple ou en famille, parfois venus des départements limitrophes, les clients conquis par la visite pouvaient acquérir « *à tarif préférentiel grâce à la vente directe* » les bijoux de peau rendus célèbres par les maisons Dior, Chanel, Lancôme ou Kenzo.

Adeline Moniez expérimentera dès le 21 avril un partenariat avec Somme Initiative en accueillant des cars. Pour répondre aux normes d'accessibilité, des travaux seront entrepris prochainement pour accueillir au mieux le public, souligne la responsable. Pour elle, bien plus que le made in France, « *c'est le made in Picardie et surtout le made in Saily-Laurette* » qui prime.

AILLEURS SUR LE WEB



EN IMAGES. La robe fourreau bleue de Kate Middleton - [La Parisienne](#)

15 situations gênantes que connaissent malheureusement toutes les filles de petite taille ! - [Tribunal Du Net](#)

Leur conjoint a tout pris quand ces 20 stars ont divorcé - [Pause People](#)

« Camping 3 » : ragoût rance aux Flots bleus - [Le Monde](#)

A LIRE SUR COURRIER-PICARD.FR



HAUTS-DE-FRANCE Votez pour votre logo préféré jusqu'au 6 juillet

BOVES (80) Une conductrice décède sur la rocade près du péage Jules-Verne

Une téléspectatrice repère le cancer d'un animateur à l'écran

COMPIÈGNE Un supermarché sur le site GrDF

AMIENS Le contenu du sac jaune aura sa propre poubelle dans 28 communes

Recommandé par



VOSGES : L'ENTREPRISE TEXTILE FEBVAY À VAGNEY RÉCOLTE 100 000 € SUR INTERNET

L'entreprise textile Febvay, basée à Vagney, a lancé sur internet un appel au financement participatif pour se donner les moyens de grandir. En cinq jours, elle a récolté 100 000 € de dons.

13/05/2016 à 05:06, actualisé à 00:16

Vu 2080 fois



L'entreprise Febvay a été créée en 1947 et emploie actuellement trente salariés. Photo

Philippe BRIQUELEUR



VAGNEY

Dans l'atelier de l'entreprise Febvay, à Vagney, on coupe, on coud, on pique et surpique. Le sur-mesure demande un précieux savoir-faire qui a séduit Germain Simoneau. Mais le savoir-faire ne fait pas tout. Le développement de cette société textile de plus de soixante-dix ans, spécialisée dans les vêtements professionnels, ne peut pas faire l'économie de fonds. Après avoir frappé en vain à la porte de la BPI et de quelques autres établissements bancaires, le PDG de l'entreprise textile voinraude a, tout juste un an après son arrivée, activé un autre levier : le financement participatif, ou crowdfunding dans sa version anglaise. Et le résultat ne s'est pas fait attendre.

A peine cinq jours après son lancement fin avril, l'appel à la générosité des internautes de tous horizons avait déjà atteint l'objectif initial de 100 000 €. « J'ai la conviction qu'il faut aborder le modèle économique des entreprises du patrimoine vivant de manière différente, en mobilisant les innovations techniques et digitales et en ouvrant de nouveaux marchés », explique Germain Simoneau, bien décidé à « multiplier par quatre ou cinq le chiffre d'affaires de l'entreprise ».

« Made in France » et sur-mesure

Malgré sa production d'environ 40 000 pièces annuelles qui alimentent l'hôtellerie-restauration de luxe et les métiers de bouche, en France mais aussi en Belgique, au Luxembourg ou à Monaco, « l'entreprise reste invisible, déplore le PDG. Il est donc important de mettre en place un plan de communication en France et à l'étranger, avec l'appui du digital, pour nourrir le

carnet de commandes. Ces 100 000 € sont la première marche du plan de modernisation de l'entreprise », assène-t-il avec conviction.

Depuis un an, trois postes de commerciales ont été créés, la boutique de vente en ligne a été rénovée... et la coquette somme recueillie via internet devrait ouvrir davantage encore l'horizon de Febvay, qui brandit avec fierté l'étendard du « made in France ». Et pas simplement dans la fabrication. « Nous essayons également d'avoir un sourcing "made in France", voire local, note Clémence Mougin, commerciale, en citant les Tissus Gisèle à La Bresse. Pour les tissus techniques, c'est plus compliqué. » Du polo brodé jusqu'aux pièces de pure création, sur-mesure et personnalisées, « Febvay, le roi de la blouse » ne s'interdit rien et il entend bien le faire savoir.

Claire BRUGIER

Newsletter Entreprises

L'essentiel de l'actu éco dans votre boîte mail

[mon.adresse@mail.fr](#)[Je m'inscris !](#)

Entreprise

Mardi 15 mars 2016

Textile. Sayambo, du 100 % français imaginé à Verson

Déjà à la tête de deux entreprises près de Caen, Thomas Tinard a lancé sa marque de vêtements vendus sur Internet. Un défi : du textile haut de gamme fabriqué en France.



« Soyons beaux ! »

Sayambo, c'est la marque de vêtements (pour l'instant polos, t-shirts et marinières pour homme et pour femme), créée par Thomas Tinard. Du Made in France, né de la volonté de ce Caennais de 33 ans, qui a toujours eu dans l'esprit de lancer une marque de vêtements « **que j'avais envie de porter** ». Avec, en prime, un slogan accrocheur : « Sayambo, soyons beaux ! »

Lire aussi : [Agencement. Sogal reçoit un nouveau label Made in France \(http://www.entreprises.ouest-france.fr/article/agencement-sogal-recoit-nouveau-label-made-in-france-11-02-2016-254441\)](http://www.entreprises.ouest-france.fr/article/agencement-sogal-recoit-nouveau-label-made-in-france-11-02-2016-254441)

Origines mongoles

Ce nouveau projet représente quelque chose d'intime pour Thomas Tinard. « **En Mongolie, Sayambo symbolise la pensée positive, réunissant le feu, la terre et l'eau. C'est une référence aux origines de ma mère, que j'ai perdue quand j'avais deux ans.** » Une force qui invite « **à respecter ceux qui vous entourent, un symbole qui me fait avancer** ».

Valeurs en pratique

Créateur voici dix ans de TFM, spécialisée dans le télémarketing informatique, puis de Kalipick, société de conditionnement et de stockage pour le commerce, toutes deux désormais implantées à Verson, Thomas Tinard a lancé Sayambo, « **parce que j'avais tous les outils en main pour l'commercialisation** ».

Restait à trouver le fabricant... « **Pas question de faire fabriquer ailleurs qu'en France, pour des raisons éthiques : c'est impensable pour moi de faire travailler des gens dans des conditions et des tarifs indignes.** »

Il a donc convaincu l'un des survivants du textile français, installé en Vendée, de réaliser sa première collection dessinée par ses soins à Verson. Même chose pour les boxers pour hommes, confectionnés dans le Nord. Le tout avec du coton cultivé en Union européenne.

Lire aussi : [Marquinerie. Gardan, des sacs de luxe made in France \(http://www.entreprises.ouest-france.fr/article/marquinerie-gardan-sacs-luxe-made-in-france-07-07-2016-248741\)](http://www.entreprises.ouest-france.fr/article/marquinerie-gardan-des-sacs-de-luxe-made-in-france-07-07-2016-248741)

Une niche

Sayambo n'a pas l'ambition de concurrencer des marques archi-connues. « **On est dans une niche, du Made in France qui correspond à mes valeurs éthiques, et surtout on pratique des prix au plus juste, mais qui ne permettraient pas à une boutique d'appliquer une marge.** »

D'où la vente exclusive sur Internet, « **ainsi que chez mon frère, le créateur du Domaine d'Albizia, les chambres d'hôtes à Livry** ».

Pour l'instant, les retours sont bons. « **Les clients apprécient la qualité, la coupe et les détails, comme les manches un peu resserrées au poignet** », et les ventes font leur bonhomme de chemin. « **Nous avons eu des bonnes surprises à Noël.** »

Une prochaine collection est en cours de finalisation, « **notamment des débardeurs et des pulls légers pour femmes, avec toujours une coudière asymétrique, et la marinière déclinée en rouge avec ses trois boutons** ». À l'automne, la petite marque espère présenter ses produits à Paris, au MI expo, le salon du Made in France.

www.sayambo.com, comptez 96 € pour une marinière, 54 € pour un t-shirt et 36 € pour un boxer.

Nathalie LECORNU-BAER'

A lire aussi

Contenus sponsorisés par Outbrain

Recommandé par

(http://www.outbrain.com/what-is-default/vfr)

Prix de l'Entrepreneur. Médiaveille, entreprise performante et bienveillante
(http://www.entreprises.ouest-france.fr/article/prix-lentrepreneur-mediaveille-entreprise-performante-bienveillante-07-07-2016-277906)

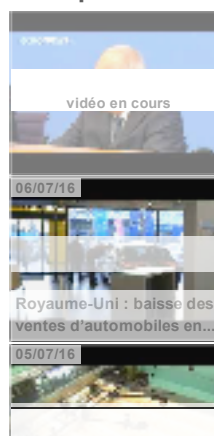
Cooperl. Un projet de méthanisation à 15 millions d'euros à Lamballe
(http://www.entreprises.ouest-france.fr/article/cooperl-projet-methanisation-15-millions-d-euros-lamballe-01-07-2016-277057)

Camping-car. Le vendéen Fleurette évolue avec le van aménagé
(http://www.entreprises.ouest-france.fr/article/camping-car-vendeen-fleurette-sadapte-tendances-van-amenage-07-06-2016-272678)

Entreprise. France tanneries et le marché du luxe, l'idylle idéale
(http://www.entreprises.ouest-france.fr/article/entreprise-france-tanneries-marche-luxe-lidylle-ideale-04-07-2016-277395)

Contenus sponsorisés par Digiteka

L'actualité économique en vidéo : Allemagne : des finances équilibrées



Inscrivez-vous pour [réagir ou poser votre question \(http://www.entreprises.ouest-france.fr/user/register?destination=article%2Ftextile-sayambo-100-francais-imagine-verson-15-03-2016-259568#comments\)](http://www.entreprises.ouest-france.fr/user/register?destination=article%2Ftextile-sayambo-100-francais-imagine-verson-15-03-2016-259568#comments)

Suivez-nous



SITES D'ACTUALITÉS DU GROUPE

[20 Minutes](#)
[Maine-libre](#)
[Presse Océan](#)

[Courrier de l'Ouest](#)
[Presse de la Manche](#)
[Le Marin](#)

[Voiles et voiliers](#)
[Publihebdo](#)
[Chasse-Marée](#)

[Les autres sites du groupe](#)

Contactez-nous : [Services Ouest-France](#) / [Abonnements](#) / [Diffuser votre annonce](#)

[Mentions légales](#) | [Qui sommes-nous ?](#) | [Charte utilisateur](#) | [Plan du site](#) | [Plan des élections](#) | [Archives](#) © Ouest-France

Des cotons éthiques et réutilisables made in France : une idée tissée par une lyonnaise

551 VISITES | AUCUN COMMENTAIRE

Ne plus cautionner l'industrie du textile telle qu'elle existe ; pas plus que le marché du coton démaillant et des jetables, trop polluant. Géraldine Monchalain s'est lancée dans la création de ses propres disques en tissu coton « made in France », vendus en ligne via sa société [Clarange](#). Alors, monter une affaire qui corresponde en tous points à ses valeurs, est-ce satisfaisant ?



Géraldine Monchalain au travail. Crédit : GC/Rue89Lyon.

Dès qu'on franchi le seuil dans son appartement lyonnais, on ne peut pas la manquer : la machine à coudre de Géraldine Monchalain trône en bonne place dans l'entrée du salon, au milieu de chutes de tissus colorés.

Depuis deux ans et demi, la jeune femme de 38 ans crée et vend des disques en coton, lavables et réutilisables, ainsi que des contenants et des filets de lavage. En petite taille, les disques en tissu servent à se démaquiller tandis qu'en grande taille, ils servent à la propreté des bébés.

La différence avec les produits existants ? Bien que non biologiques en raison de la teinture utilisée, les produits vendus sous la marque Clarange ne contiennent aucun produit toxiques pour la peau ou l'environnement.

Géraldine aime à présenter une entreprise « éthique et responsable » : la production est française, elle y tient. Le coton utilisé est même local puisqu'il provient de la région Auvergne-Rhône-Alpes.

Géraldine vend ses produits [sur son site internet](#), mais aussi dans différents salons de la région comme « [Les journées filles](#) » en Savoie et Haute-Savoie. Sa marque est aussi présente dans plusieurs boutiques « nature » et, prochainement, sur Amazon après de nombreuses démarches auprès du site internet.

Le choc du Rana Plaza

Géraldine Monchalin a étudié le stylisme et le modélisme. À Lyon ou à Paris, elle a dessiné des vêtements et a créé ensuite leurs patrons pour de grandes entreprises du textile. Celles-là même qui sont souvent décriées pour être [les reines de la délocalisation](#) et de l'exploitation de la main d'oeuvre ouvrière dans les pays en voie de développement.

« Indirectement, je cautionnais », estime la jeune chef d'entreprise.

Puis, en 2013, [le Rana Plaza s'effondre au Bangladesh](#). Le bâtiment servait de lieu de production pour des chaînes de vêtements comme Mango ou Primark. Plus de 1100 ouvriers trouvent la mort. Les entreprises du textile qui y avaient leur main d'œuvre sont directement mises en cause, notamment pour l'insalubrité du bâtiment.

« Je me suis rendu compte que cela ne correspondait ni à mes valeurs ni à mes principes. J'ai décidé de sortir de ce monde-là », affirme Géraldine avec une sincérité vibrante.

Elle démissionne. S'ensuit une période de chômage. Elle en profite pour se tourner vers une consommation personnelle et quotidienne bio ; et choisit d'aller [au marché plutôt qu'au supermarché](#).

« J'ai commencé à faire attention à consommer davantage français et responsable. J'ai donc recherché de nouveaux produits. »

Elle se rend compte que sa consommation de disques démaquillants jetables est polluante. Une offre 100 % biologique existe mais selon la jeune femme, elle n'est « ni féminine, ni confortable ». L'idée commence à germer : elle se voit bien utiliser des cotons « jolis, simples et confortables ».

« L'important c'est de se mettre à la place du consommateur », insiste Géraldine.



Les cotons réutilisables de Clarange. Crédit : GC/Rue89Lyon.

Un lancement pas à pas, « sans trop de risques »

Dans un premier temps, elle a besoin de tester son idée. Pour cela, elle entre [en coopérative d'activités](#). Le principe est simple : si une personne arrive avec un projet, la coopérative lui prête ses statuts juridiques moyennant 10% du chiffre d'affaire.

« Cela m'a permis de ne pas prendre trop de risques, pour un départ. Me lancer juste comme ça me faisait peur, j'avais besoin de savoir où je mettais les pieds », indique-t-elle.

Elle est restée un an et demi au sein de la coopérative d'activités. Géraldine a pu avancer dans sa création d'entreprise et se sent de plus en plus à l'aise, jusqu'à déposer ses propres statuts en mars 2015.

Géraldine a besoin à ce stade de 47 000 euros. Elle est aidée par trois banques qui acceptent de lui prêter des fonds.

« Elles y croyaient peut-être même plus que moi, reconnaît Géraldine dans un éclat de rire. Je crois que j'ai un peu trop sous-estimé mon idée et mon activité. Je suis surprise à chaque fois. »

La majorité de son investissement provient d'ailleurs d'un emprunt. Elle fait rapidement les comptes :

- 30 000 euros empruntés aux banques
- 7 000 euros de la Banque publique d'investissement
- 10 000 euros de fonds personnels

« On a souvent la tête dans le guidon. Je recherche toujours les critiques, notamment à la CCI, elles sont parfois dures mais c'est positif, cela me fait avancer », assure la chef d'entreprise.

Deux ans et demi après avoir lancé la vente de ses disques en tissu, Géraldine n'a toujours pas pu se verser de salaire.

D'ici la fin de l'année, elle espère pouvoir commencer à se rembourser.

« Être soutenue à la maison, c'est essentiel »



Géraldine Monchalín. Crédit : GC/Rue89Lyon.

Le point qui lui pose le plus de difficultés aujourd'hui est le contrôle de la production. Géraldine travaille avec deux entreprises en sous-traitance. À l'arrivée de chaque commande, elle vérifie plusieurs centaines d'articles afin de contrôler la conformité des produits à la sortie de l'atelier.

« Je suis quelqu'un de très exigeant car j'ai été formée comme ça. Aujourd'hui je veux cette qualité pour mes produits. Après, c'est parfois compliqué, il faut sans cesse être derrière », regrette-t-elle.

Autre difficulté pour la jeune femme : une vie personnelle mise entre parenthèses. Sans véritablement s'en plaindre, Géraldine nous indique tout de même qu'elle travaille environ 60 heures par semaine.

« La création d'entreprise prend le pas sur tout. Il faut s'investir entièrement et être soutenue à la maison, c'est essentiel. »

Son époux la soutient financièrement depuis sa démission. Et il l'aide aussi dans différentes missions pour l'entreprise. À elle-seule, elle assure six postes : elle est à la fois styliste, modéliste, acheteuse, rédactrice, elle s'occupe du prototypage et de l'administratif.

« Il faut être très polyvalent et apprendre vite », dit-elle avec l'assurance de celle qui franchi les étapes.

« C'est plus compliqué pour une femme, on nous prend moins au sérieux »

La chef d'entreprise souhaite aujourd'hui s'associer. Elle y a réfléchi longuement.

« Je suis en train de m'associer avec un ami d'enfance car au bout d'un moment on ne peut plus tout faire toute seule ».

Gregory Pessel, 39 ans, va donc la rejoindre prochainement. Il est commercial de formation et va s'occuper du développement de l'entreprise. Cela devrait permettre à Géraldine de se concentrer sur la production ainsi que les nouveaux produits à développer pour 2017, c'est ce qu'elle attend de cette alliance.

« L'avantage est surtout de s'épauler et de se conseiller. Prendre toutes les décisions seule, c'est aussi en assumer les conséquences seule », argumente-t-elle.

Le fait que ce soit un homme qui la rejoigne n'est pas non plus anodin. La fondatrice de Clarange l'assure :

« Cela va me permettre de mieux me faire entendre : c'est du temps mais aussi de l'énergie. C'est plus compliqué pour une femme, on nous prend moins au sérieux. Les hommes n'ont pas constamment besoin de prouver qu'ils sont bons. »

Elle s'étonne toujours des chiffres officiels qui soutiennent [qu'il y a 30 % de femmes qui créent leur entreprise](#). Elle ne voit que des hommes autour d'elle, hormis les couturières. Elle imagine aussi que pour une femme avec des enfants (elle-même n'en a pas encore), il est encore plus difficile de créer son propre business.

Le monde industriel est particulièrement discriminatoire selon elle.

« Je ne pensais que ça serait comme ça. Moi, j'ai réussi à m'imposer avec mon caractère mais il faut sans cesse prouver qu'on sait y faire. »

Avec une production qui est passée de 2 000 disques à l'époque de la coopérative à 10 000 unités en une année, Géraldine Monchalin est portée par le sentiment de filer du bon coton.