

Revue de Presse sur le Fabriqué en France :

Vêtements et Linge de corps

Date : juillet 2016 - décembre 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

Le Pull français, une nouvelle marque made in Rhône-Alpes

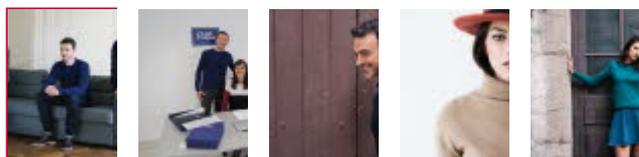


Photo Le Pull français

préc.

suiv.

1 / 5



Florent et Sandra Bardisa, les dirigeants de l'entreprise Altitoo.com, spécialisée dans la vente en ligne d'équipements de sports outdoor à Saint-Egrève, viennent de lancer leur marque de pulls fabriqués en France et plus précisément en Rhône-Alpes.

TAGS :

- Saint-Egreve
- Isère-Sud
- Economie et Finance

Après les slips, les jeans et les chaussettes, voici le pull made in France. Une nouvelle marque vient de voir le jour, Le Pull français. Deux mots suffisent à comprendre son histoire. « Nous avons toujours eu le projet de produire en France. En 2008, nous voulions relancer la production de chaussures à Romans-sur-Isère dans la Drôme, mais nous avons abandonné le projet », explique Florent Bardisa, président et créateur du Pull français avec son épouse Sandra, directrice générale. L'univers du textile ne leur est pas inconnu. Il y a trois ans, ils ont repris la société Altitoo.com, spécialiste de la vente en ligne d'équipements de sports outdoor à Saint-Egrève (5 salariés, un million d'euros de chiffre d'affaires en 2015).

En février dernier, leur idée refait surface. Ce sera le pull made in France, « chic et stylé à la française », en laine mérinos extrafine et cachemire. En juin, il fonde une entreprise dédiée à cette nouvelle activité, à Saint-Egrève, et la production de 1 000 pièces est lancée. « Tout s'est enchaîné très vite, nous avons trouvé assez facilement des partenaires dans la région, explique Sandra Bardisa. Nous voulions être présents sur le marché cet automne. » Le fil vient d'une filature italienne traditionnelle, mais le tricotage des pulls est réalisé par un atelier à Roanne, dans la Loire. C'est l'un des rares en France à perpétuer le savoir-faire du remailage à la main (cols, manches et bords côtes sont assemblés au pull manuellement). Les boutons gravés au nom de la marque sont fabriqués dans le Jura et les étiquettes dans la Loire. Les coffrets d'emballage viennent d'une société de l'Ain.

Pour la distribution, ils ont aussi opté pour le circuit court : les pulls sont vendus uniquement sur leur site internet, le-pull-francais.com. « Si nous avions choisi de les vendre en boutiques, le premier prix proposé ne serait pas de 149 euros mais de 350 euros, en raison des intermédiaires », explique Florent Bardisa. Le couple n'exclut pas de distribuer un jour son pull dans des boutiques haut de gamme à Paris, par exemple, ou d'ouvrir des boutiques en propre dans les grandes villes françaises.

Créé le 5 octobre, leu

- Entreprises
- Entreprises
- Isère

**NOTEZ CET
ARTICLE :**

Comment Le Slip Français veut devenir "le leader numérique du sous-vêtement"

Le 26.10.2016 à 16h08

La société d'investissements Experienced Capital a annoncé mercredi son entrée au capital du fabricant de lingerie Le Slip Français, qui se veut un symbole du "Made in France", à hauteur de 36,5%, le dirigeant de la marque en restant le principal actionnaire.



La société d'investissements Experienced Capital a annoncé mercredi son entrée au capital du fabricant de lingerie Le Slip Français, qui se veut un symbole du "Made in France", à hauteur de 36,5%, le dirigeant de la marque en restant le principal actionnaire.

LE SLIP FRANÇAIS

0 RÉACTIONS

La société d'investissements Experienced Capital a annoncé mercredi son entrée au capital du fabricant de lingerie Le Slip Français, qui se veut un symbole du "Made in France", à hauteur de 36,5%, le dirigeant de la marque en restant le principal actionnaire. "A l'issue de cette augmentation de capital, Guillaume Gibault, fondateur et dirigeant de la marque, reste le principal actionnaire de la société" tandis que "le fonds de capital-risque 360 Partners, actionnaire de la société depuis janvier 2015, et divers actionnaires minoritaires détiennent le solde de titres", précise Experienced Capital dans un communiqué.

Le Slip Français, fondé en septembre 2011 à Paris, vend des sous-vêtements (70% du chiffre d'affaires), maillots de bain et accessoires principalement pour hommes et tous fabriqués en France. "Pour l'instant, on est vraiment à 95% hommes. Cela fait d'ailleurs partie des priorités pour la suite de lancer la femme au printemps/été 2017. On veut proposer une vraie gamme femme sur la même catégorie de sous-vêtements, maillots de bain et accessoires", a indiqué Guillaume Gibault.

Les produits du groupe "sont principalement distribués à travers le site internet de la marque, qui représente aujourd'hui plus de 70% des ventes", auquel s'ajoute actuellement un réseau de trois magasins à Paris ainsi que des partenaires distributeurs.

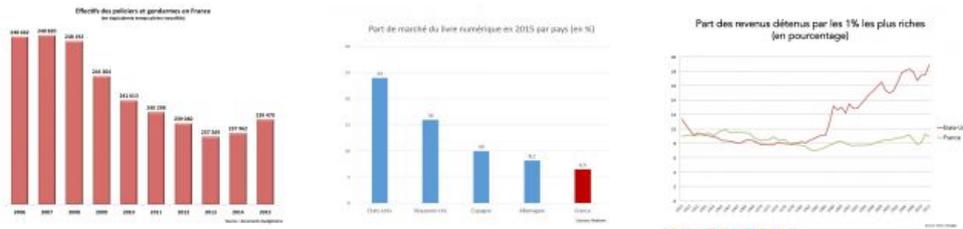
"Lancer la marque à l'export"

Avec cette augmentation de capital, l'idée est "de faire rentrer Experienced Capital, qui est quelqu'un du métier de la mode" et d'utiliser les moyens fournis par ce dernier "pour pérenniser la structure et construire une équipe vraiment solide pour aller se déployer d'abord en France sur la fin de l'année 2016 et 2017 et puis ensuite mettre des moyens pour lancer la marque à l'export" à compter de fin 2017, a ajouté M. Gibault. "On va commencer par les pays dans lesquels on est déjà un peu implanté: Angleterre, Allemagne et Japon", a-t-il souligné.

Le Slip Français, qui "est en ligne" pour réaliser un chiffre d'affaires de 8 millions d'euros en 2016 (contre 3,6 millions en 2015), entend ainsi "devenir le leader numérique du sous-vêtement et du maillot de bain pour l'homme et la femme, en France puis en Europe".

"Le numérique est en effet porteur sur ce créneau, grâce à l'absence de nécessité d'essayage avant achat et donc un faible taux de retour, une fréquence d'achat élevée et des produits légers et compacts simplifiant la livraison", ajoute le groupe. Experienced Capital a été créé en janvier 2016 par Frédéric Biousse, Elie Kouby et Emmanuel Pradère, trois anciens fondateurs de SMCP (marques de prêt-à-porter Sandro, Maje, Claudie Pierlot), passé sous pavillon chinois.

Les graphiques de Challenges



Ce fonds, positionné sur le segment du "luxe abordable", a investi cette année dans la marque de vêtements Maison Standards et dans Balibaris (mode homme) et a racheté à EPI en mai 40% de Soeur, ligne de vêtements pour jeunes filles et femmes. Il a par ailleurs annoncé début septembre entrer en "négociations exclusives" avec le propriétaire de Weston et Bonpoint, EPI, pour acquérir 70% de la marque de chemises Alain Figaret.

(Avec AFP)

Les chaussettes Achile, fières de produire en France

PARTAGER   

Entreprendre.fr Publié le 23 oct 2016



Pour Nathalie Crouzet, présidente du directoire du Groupe Kindy, propriétaire d'Achile depuis 2012, pas question de céder au chant des usines à bas coûts des pays de l'Est ou d'Asie.

Les chaussettes Achile, qui fêtent leurs 30 ans cette année, « ont toujours été produites en France, dans notre usine de Picardie, et elles le resteront », proclame Nathalie Crouzet. Cette stratégie du made in France est logique : les chaussettes joliment dessinées de cette PME de 120 salariés, vendues en moyenne 13€ la paire, ne sont pas destinées à une consommation de masse, mais à un public à la recherche de qualité et d'esthétique.

La souplesse française plutôt que l'usine chinoise

Pour ce marché de niche, la production low cost à plusieurs milliers de kilomètres serait donc contre-productive. « La fabrication dans notre usine française nous permet d'être réactifs pour produire par exemple dans un laps de temps court une série de 800 paires avec un design spécifique afin de compléter une collection. » Avec des petits volumes, des collections courtes et une exigence de qualité, les chaussettes Achile, vendues chez les détaillants et dans les grands magasins, ont besoin de cette souplesse française, impossible à trouver dans une usine chinoise.

🏠 (<http://objectifnews.latribune.fr>) > ENTREPRISES (<http://objectifnews.latribune.fr/entreprise.html>)
> Social (<http://objectifnews.latribune.fr/social.html>)

Made in France : la startup de Montauban Cocolico en difficulté

Par **Sophie Arutunian** | 20/09/2016, 10:35 | 334 mots



Muriel Thuillier va-t-elle sauver Cocolico? (Crédits : DR)

L'entreprise Cocolico, qui confectionne des vêtements pour enfants à Montauban, tire la sonnette d'alarme. Elle croule sous les demandes mais n'a plus de trésorerie. Pour redresser la barre, sa fondatrice organise une grande vente de ses stocks de tissus et de vêtements.

Dur dur de trouver le bon modèle économique pour les startups du "made in France". Après le crash des Ateliers Tersi (<http://objectifnews.latribune.fr/innovation/startup/2016-05-13/startup-ateliers-terse-met-la-cle-sous-la-porte-et-c-est-pas-grave.html>) il y a quelques semaines (chaussures haut de gamme), c'est au tour de Cocolico (<http://objectifnews.latribune.fr/decideurs/entreprises/2015-06-10/muriel-thuillier-cocolico-de-l-oenologie-aux-vetements-pour-enfants.html>)(vêtements pour enfants) de tirer la sonnette d'alarme. Sa créatrice, la Montalbanaise Muriel Thuillier, lauréate 2016 du prix La Tribune Jeune Entrepreneur, explique dans un communiqué :

"L'atelier de Montauban croule sous les commandes de ses clients asiatiques et des trois magasins de sa marque en Chine. Mais comme souvent dans les startups, la trésorerie fait défaut pour produire et assurer la prochaine livraison de 140 000 euros... Un comble pour cette entreprise qui a développé un savoir-faire unique, qui exporte 95 % de sa production et qui dispose d'une équipe de 20 couturières capables de produire des vêtements personnalisables pour enfant à la demande".

"Les délais de paiement sont un mal récurrent pour les petites entreprises. Malgré des conditions contractuelles bien négociées, les besoins en fonds de roulement de Cocolico s'envolent avec sa croissance."

n?

À l'instar de ce qu'il s'est passé pour les Ateliers Tersi, c'est une levée de fonds non aboutie qui aggrave les difficultés de la société. Pendant l'été, Muriel Thuillier a lancé une levée de fonds qui devait aboutir ce lundi 19 septembre.

"à l'instar de ce qu'il s'est passé pour les Ateliers Tersi, c'est une levée de fonds non aboutie qui aggrave les difficultés de la société. Pendant l'été, Muriel Thuillier a lancé une levée de fonds qui devait aboutir ce lundi 19 septembre."

ews.latribune.fr/entreprises/social/2016-

Vente de stocks

Pour faire face aux problèmes de trésorerie à venir, poursuivre son développement et honorer ses commandes, la startup prépare en un week-end une grande vente de ses stocks de tissus et de vêtements pour enfant via un site e-commerce improvisé cocolico.bigcartel.com. Pour sensibiliser le grand public à sa cause, Cocolico lance une campagne de communication à l'image de celle d'Arnaud Montebourg : en marinière.

RÉAGIR

Recevoir un email si quelqu'un répond à mon commentaire.

Envoyer commentaire

Votre email ne sera pas affiché publiquement

Tous les champs sont obligatoires

COMMENTAIRES

robert a écrit le 26/09/2016 à 21:47 :

Il me semble avoir lu de nombreux articles sur cette startup et leurs levés de fonds sur le web. La vraie question au delà des investisseurs qui se rétractent est de savoir ce qu'ils ont fait des centaines de milliers d'euros levés lors de leurs campagne wiseed (Blue Poppies puis Cocolico courant 2015 et 2016) ? La cause du départ de l'investisseur ? Ça sent plutôt la faute de gestion de la part des dirigeants que les défauts de paiements des clients... et après recherche il n'y a pas 20 couturières dans cet atelier.



Entreprises

Se connecter

MENU

ACTUALITÉS ENTREPRISES SECTEURS D'ACTIVITÉS RÉGIONS FOCUS SERVICES

En ce moment ▶ ICD | Prix Entrepreneur | Women Equity | L'export avec... **bpi**france

ACCUEIL / BRETAGNE / QUIMPER / 📶

Recevez gratuitement notre newsletter entreprises
Chaque jour, l'essentiel de l'actualité entreprises est dans votre boîte mail.

mon.adresse@mail.fr

Je m'inscris !

Quimper. Armor-lux veut recruter ? L'entreprise forme des couturières

Quimper - Modifié le 19/09/2016 à 18:28 | Publié le 19/09/2016 à 07:00 - 0

écouter



Réagir

Facebook

Twitter

Google+

Lire le journal
numérique

Par Jean-Pierre LE CARROU.

Opératrice en confection. Quelle école propose une formation pour ce métier qui déserte l'Europe ? En 2012, Armor-lux, à Quimper (Finistère), a créé une formation sur mesure. En 2017, l'expérience sera reconduite.

Chaque année, *Armor-lux* lance une quinzaine de recrutements, tous postes confondus, pour son siège quimpérois et son usine. La société a besoin de spécialistes, souvent des cadres. Récemment, elle a renforcé ses équipes dans le domaine des achats, de la logistique, de l'export. « Pour ce type de postes qui réclament des personnes ayant une bonne expérience, nous faisons appel à un cabinet de chasseur de têtes spécialisé dans le textile », témoignent Jean-Guy Le Floch et Michel Guéguen, respectivement président et directeur général.

Une quinzaine de recrutements en 2017

Pour son atelier de confection, l'entreprise doit faire face à une question plus complexe. Comment remplacer les ouvrières qui travaillent dans l'atelier de confection ? « Certaines ont été embauchées à 16-17 ans. Après 44 ans de métier, l'âge de la retraite est là. » Ces femmes ont acquis une belle expérience, un savoir-faire précieux. Il faut à tout prix les remplacer pour éviter de perdre cette qualité de travail qui fait le renom de l'entreprise. Problème : il n'y a plus de formation.

En 2012, *Armor-lux* a pris la marinière par les manches et a mis en place une formation spécifique, propre à l'entreprise. Avec le concours de Pôle emploi, des fonds de la formation (Opicalia), de partenaires locaux (chambre de métiers), un plan a été développé. Alternance de cours et de pratique. Pendant un an. Et finalement, recrutement de 15 candidates en contrat à durée

Quimper

11h45 Quimper. La clinique de l'Odet soigne aussi les malades du jeu

11h46 Les Glénan : un plongeur apnéiste en difficulté retrouvé sain et sauf

01/10 Basket. N1M : Troisième succès de rang pour l'UJAP Quimper

01/10 Quimper. Des ronds dans l'O... det

01/10 Quimper va tester l'extinction des lampadaires dans certains quartiers

+

DÉCIDEURS

Nominations

Portraits



Pascal Piriou - Interprofession du port

A Concarneau, l'Interprofession du port change de président. ...
Nominations



Airbnb. Emmanuel Marill, son nouveau directeur France vient de Nantes

Vous prenez vos fonctions de directeur France aujourd'hui. ...
Entreprises

Consultez toutes les nominations >

Déposez une nomination

Ailleurs sur le web



9 mots français que les étrangers aimeraient aussi avoir
Babbel



Les 10 plats typiques de la gastronomie française
Petit Futé



7 recettes tendance à tester absolument
Cuisine Actuelle



Les joueurs du monde entier ont attendu ce jeu !
Forge Of Empires

Contenus sponsorisés par

63 235

indéterminée.

Quel bilan quatre ans après ? Douze salariées recrutées dans ce cadre sont toujours en poste dans l'entreprise. Elles occupent les postes d'opératrices en confection en CDI. Trois d'entre elles ont abandonné. Deux pour des raisons personnelles. Une autre a souhaité changer d'orientation professionnelle.

Faible taux d'échec

Le taux d'échec est donc faible. Pourtant, les rémunérations restent modestes (Smic + 10 %). « **L'ambiance est bonne dans l'atelier, analyse Michel Guéguen, directeur général. Le dialogue avec l'encadrement est réel. Nous ne sommes plus dans la production de masse. Les produits sont beaucoup plus variés aussi...** »

Ce bilan positif amène *Armor-lux* à reconduire l'expérience courant 2017. Bâtir une formation sur mesure serait donc la solution pour les entreprises qui peinent à recruter ? Oui.

À condition d'avoir un nombre conséquent de salariés. Et d'accepter de mettre la main au portefeuille. « **De 25 000 à 30 000 € par poste** » évalue Jean-Guy le Floch. « **Mais c'est l'effort indispensable pour conserver un savoir-faire vraiment précieux.** »

Lire aussi : Quimper. Responsabilité sociétale : Armor-lux "exemplaire"

Recrutée en 2012, déléguée syndicale en 2016

Murielle Barreau, 48ans, fait partie des personnes *recrutées en 2012*. Peu de temps avant, elle s'est installée à Crozon après la mutation de son mari. « **Nous avons envie l'un et l'autre de quitter la région parisienne. Nous sommes Morbihannais, vous voulions nous installer près de la mer, en Bretagne.** » Le couple et ses deux filles (12 et 14ans) apprécient cette nouvelle vie. Mais Murielle veut retrouver un emploi. À Paris, elle travaillait dans une entreprise de prestation dans le domaine de la téléphonie. Il lui fallait gérer 150 personnes environ.

« Obligées de s'entendre »

Et Armor-lux? « **Bien sûr, je connaissais la marque. Je voyais les boutiques à Paris. J'ai même postulé pour un poste administratif. En vain.** » Murielle repère un jour les offres concernant des postes de couturière (Armor-lux recevait 300CV à l'époque). « **Je voulais un CDI. J'aime la mécanique. Un peu la couture. Et l'image d'Armor-lux me plaisait. J'ai postulé.** » Le premier contact avec le métier? « **Je me suis posé des questions quand j'ai vu la diversité des machines à utiliser ! J'ai beaucoup de choses à apprendre, voilà ce que j'ai pensé.** »

Murielle intègre l'atelier. Elle peut vérifier que la formation l'a bien préparée à son nouveau métier. Elle découvre aussi le monde de l'atelier. « **En fait, on est obligé de s'entendre. La reconnaissance se fait naturellement, quand le travail est bien fait. Là, on est acceptée par ses collègues.** » Le travail est méticuleux. « **Quand on travaille pour le marché japonais, tout doit être parfait.** » Exigeant. « **Il vaut mieux être ambidextre.** » La nouvelle ouvrière découvre un univers où « **la cohésion se fait par micro-groupes.** » Aujourd'hui, elle assure: « **J'ai vraiment du plaisir à faire ce métier.** »

Murielle Barreau vient d'être élue déléguée syndicale (CFDT). Et dans ce domaine aussi, elle se montre exigeante. « **On a envie de faire avancer les choses, de trouver des solutions.** » Et plus tard, un poste à responsabilité? « **On verra bien, en fonction des opportunités qui se présenteront...** »

Retrouvez notre dossier : [RSE](#)

Tags : Entreprises - Industrie - Formation des étudiants - Quimper

Contenus sponsorisés

par



Services Ouest-France

- Abonnés, découvrez vos privilèges
- Abonnés, gérez votre abonnement
- Achetez le journal numérique du jour (0,95€)
- Abonnez-vous à partir de 1€/mois
- La Boutique Ouest-France
- Jeux
- Annonces
- Obsèques / Dans nos cœurs

Météo à Quimper

AUJOURD'HUI ↓ 3° ↑ 18°



3°

MATIN



17°

APRÈS-MIDI

Coef. 90 89

MARÉE HAUTE 06H05 18H18

MARÉE BASSE 00H13 12H25

Toutes les prévisions météo >

Les plus lus

Les plus commentés

Sarzeau. Elle est décédée, le fisc lui envoie ses impôts au cimetière - Sarzeau

NDDL. Bruxelles conseille au gouvernement de suspendre les travaux - Nantes

Handball. L'entraîneur de Nantes se paye Manaudou, qui répond avec humour - Florent Manaudou

Nom de régions, APL, trains... Ce qui change au 1er octobre - France

Mondial de l'auto. Découvrez les 7 stars françaises de Paris en 360° - Salon de l'auto

Jeux Ouest-France



Quai des Bulles 2016



Tamara

Les bons plans

Nationaux

Ensemble matelas à mémoire de forme et sommier GREEN SPRING dès 519 euros...





Vous êtes mauvais en langue? Voici 7 astuces pour apprendre n'importe...

Babbel



Vous vivez à l'étranger ? N'oubliez pas votre assurance !

APRIL International



Que faire avec des blancs d'oeuf ?

Cuisine Actuelle

-58% 519€ 1249€



Vente maison Quimper 29 161 500 €



Vente maison Quimper 29 219 602 €

[Retrouvez toutes nos offres immobilières](#)



Comme sur des boulettes

Cuisine Actuelle



Comment fonctionne le cerveau d'un bilingue ?

Babbel



Les 33 plus belles piscines d'hôtels du monde

Yonder

Ailleurs sur le web

3 hommes apprennent le français en 1 semaine. Découvrez le résultat ! [Babbel](#)

Comment se remettre au sport ? [FizzUp - Leader du coaching sportif en ligne en France](#)

Comment préparer des tomates ? [Cuisine Actuelle](#)

Top 10 des plus beaux villages de France [Petit Futé](#)

Recommandé par

Contenus sponsorisés par Digiteka

L'actualité en vidéo : Semi-marathon de Normandie 2016



Abonnez-vous à Ouest-France à partir de 1€/mois

[Je m'abonne](#)

Ajouter une réaction

Connectez-vous pour réagir

Petites Annonces

Annonces Immo



Annonces Auto



Annonces Emploi



**Vente maison**

Quimper 29

161 500 €
 Achat Location

Ville ou Code Postal



13 photos

Renault Scenic 3 DCI

Espace Auto - QUIMPER (29)

20 200 €

Marque modèle ...

**CHEF DE RAYON GSB /
NEGOCE (H/F)**

CDI - Quimper

DE GRAET CONSULTING

Poste, localisation ...



L'ESSENTIEL DE L'ACTUALITÉ



Le Royaume-Uni enclenchera le Brexit avant fin mars 2017

F1. GP de Malaisie : Ricciardo s'impose, mauvaise opération pour Hamilton

Loire-Atlantique : percuté par une voiture, le jeune homme décède



Vannes : l'incroyable parade du gardien de but affole Twitter [VIDÉO]

Semi-marathon de Normandie : 1 020 coureurs sur le pont [VIDÉO]

L'étudiante Carla Loones est élue Miss Pays de la Loire 2016



Dans l'enfer du seul camp de concentration français

Les Vieilles Charrues se sont offert New York [VIDÉO]

Les Glénan : un plongeur apnéiste en difficulté retrouvé sain et sauf

LES TOPS ARTICLES SUR : QUIMPER

Quimper. Appel à la grève des agents chargés des équipements sportifs

Les agents municipaux chargés de la gestion des équipements sportifs sont appelés à faire grève, ce week-end, à Quimper (Finistère).

Loïc Sécher, victime d'une amende... autrichienne

Loïc Secher est à nouveau victime d'une erreur judiciaire : il aurait été flashé en Autriche à 105 km/h au volant de son... tracteur.

Quimper va tester l'extinction des lampadaires dans certains quartiers

Au printemps, la municipalité expérimentera l'extinction de l'éclairage public la nuit dans plusieurs quartiers de la ville. Le but : économiser l'énergie et lutter contre la pollution lumineuse afin de retrouver la vraie nuit et préserver la faune nocturne.

La Forêt Fouesnant. Manuel Valls au cœur de la course au large

Visite coup de vent du Premier ministre à Port-la-Forêt (Finistère). À quelques semaines du départ du Vendée Globe, Manuel Valls est venu visiter le chantier CDK Technologies. Il est aussi monté à bord du 60 pieds SMA, qui prendra le départ du prochain Vendée Globe.

ouest france ABONNEMENT

Retrouvez toutes nos offres à partir de **1€ par mois**

Je m'abonne

Déjà abonné au journal

- › Gérez votre abonnement papier
- › Profitez de l'offre 100% numérique
- › Bénéficiez de vos privilèges abonné

Suivez-nous



Newsletter

mon.adresse@mail.fr

Je m'inscris !

SITES D'ACTUALITÉS DU GROUPE

02/10/2016

Quimper. Armor-lux veut recruter ? L'entreprise forme des couturières

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

Le Journal
Ouest-France Jeux

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



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



[Voir la version mobile du site](#)

Moulin Neuf, le slip made in France qui ne veut pas craquer

Par [Pascal Rabiller](#) | 15/09/2016, 9:00 | 991 mots



Sérieusement impactée par le départ de la production du Slip Français, l'usine Moulin Neuf Textiles cherche un second souffle via l'export, et notamment le Japon, qui semble friand de sa production. (Crédits : La Compagnie du Textile)

Reprise en 2010, l'usine Moulin Neuf Textiles de Saint-Antoine-Cumond (Dordogne), spécialisée dans la production de sous-vêtements principalement, lutte pour faire perdurer le modèle industriel fragile du textile 100 % made in France. Gros plan sur une stratégie qui passe... par le Japon.

Créé en 1948 à la frontière entre la Dordogne et la Charente, à Saint-Antoine-Cumond, l'atelier [Moulin Neuf Textiles](#) est un acteur historique de l'industrie de la bonneterie française. Au plus fort de son histoire, à l'époque de la "Compagnie industrielle d'Aubeterre-sur-Dronne" (Ciad), l'atelier compte 180 personnes... et plus que 6 quand, en faillite, après une chute libre de sa production et de ses ventes entamée à partir des années 80, il est repris par un couple de Parisiens, un consultant en informatique, Franck Sordat, et son épouse, Imke Wintzer.

"L'affaire était en vente 60.000 euros, finalement nous l'avons acquise pour 10.000 euros mais nous aurions sans doute pu

l'avoir pour l'euro symbolique... l'affaire avait perdu 250.000 euros dans l'année !"

En 2010 donc, c'est presque une coquille vide industrielle que le couple décide de relancer sur le marché ultra concurrentiel de la bonneterie.

Dans leur opération de reconquête des marchés, l'usine et ses repreneurs, tous deux étrangers au mode du textile, se trouvent rapidement un allié de poids... enfin plutôt un poids léger à l'époque, mais au marketing de géant du sous-vêtement : **Le Slip Français**.

La vie sans Le Slip Français

Cette jeune marque de sous-vêtements fondée par un ex-HEC de 21 ans, Guillaume Gibault, se cherche un outil de production pour ses produits qui revendiquent le label 100 % made in France.

Moulin Neuf Textiles, capable de réaliser toutes les opérations allant du tricotage des fils (tissés en Italie) au conditionnement final en passant par la coupe et la confection, sera le premier allié industriel du Slip Français.

"Cette jeune marque hyper inventive en matière de communication et de marketing a littéralement boosté notre production. Le story telling qui a accompagné son émergence a mis un gros coup de projecteur sur notre usine, sa capacité à produire en France. Sur le plan du business aussi, l'aventure a été positive. L'activité Le Slip Français a représenté, à elle seule, jusqu'à 25 % de notre chiffre d'affaires total" se souvient Franck Sordat qui pilote désormais seul Moulin Neuf Textiles..

Un souvenir puisque depuis 2014, l'essentiel de la production du Slip Français a été confiée à l'usine Lemahieux, dans le Nord de la France.

"Le départ a été brutal puisque nous sommes passés de tout, à presque rien, soit 2 % de notre CA pour cette société et ce, du jour au lendemain", souligne Franck Sordat.

Entre temps, Moulin Neuf Textiles avait recruté et compte désormais 15 salariés.

Une équipe qu'il faut occuper avec la marque historique de sous-vêtements, "Moulin Neuf les Authentiques", réactualisée par la

nouvelle équipe dirigeante, des collections réalisées en partenariat avec des créateurs comme Lola Jeannel (collection LoL'Art), des productions en marque blanche ou encore les nouvelles marques "maison" à l'image des sous-vêtements pour enfants Loulou Marmot , qui plaisent beaucoup... au Japon.



Le côté vintage de l'usine Moulin Neuf Textiles à Saint-Antoine-Cumond (Dordogne) semble beaucoup plaire à ses clients japonais.

Le Japon aime le slip "franchouillard"

"Les clients japonais sont très friands de produits made in France. Avec nous, ils aiment aussi le côté artisanal de notre production, le côté vintage de notre industrie, avec ses vieilles machines, que nous aimerions changer, mais qui constituent un capital d'authenticité dont ils raffolent", assure Franck Sordat.

Réalisée entièrement en France, la collection Loulou Marmot est notamment référencée dans l'équivalent des Galeries Lafayette au Japon, les magasins Isetan.

Les Japonais aiment tellement la french touch du sous-vêtement qu'ils n'hésitent plus à créer de toutes pièces des marques aux consonances bien franchouillardes comme Les Garçons, Vincent & Mireille... "Des pseudo marques françaises que ces sociétés japonaises font fabriquer en France !" précise Franck Sordat.

"Cette réussite commerciale et l'approche japonaise concernant notre production française nous a montré la voie à prendre pour survivre dans cet univers hyper concurrentiel du

textile. Le haut de gamme, sans parler de luxe, la créativité, le design et la qualité de nos produits sont nos arguments principaux. Ils doivent justifier nos prix qui ne peuvent être alignés sur les collections fabriquées au Cambodge avec des ouvriers payés 85 dollars par mois.

Moulin Neuf, en Dordogne... et bientôt à Paris ?

Une "voie" qui permet aujourd'hui à Moulin Neuf Textiles de réaliser 40 % de son chiffre d'affaires à l'export, notamment avec des productions réalisées pour des marques qui "voyagent" bien, à l'image de Fleur de Bagne, une collection de vêtements inspirée de l'univers du bain... et du monde du travail.

Aujourd'hui, le chiffre d'affaires annuel de Moulin Neuf Textiles atteint 700.000 euros.

"Ce n'est pas assez pour sortir du mode survie. Nous devons rapidement atteindre et dépasser le million d'euros. L'idéal serait de pouvoir faire en sorte que les 50 postes de l'atelier soient occupés...mais il nous faudra, pour cela, trouver les marchés, dans le sous-vêtement ou dans le vêtement, mais aussi les talents prêts à rejoindre la Dordogne profonde pour relever le défi du 100 % made in France", souligne Franck Sordat.

En attendant de trouver la solution pour attirer les talents à Saint-Antoine-Cumont, le dirigeant se montre attiré par Paris. En effet, c'est dans la capitale, à portée des grands aéroports, qu'il espère prochainement installer un bureau dédié au stylisme et à la création.

"Un positionnement parisien qui devrait se finaliser dans quelques mois et qui est important, surtout pour nos clients étrangers. Même s'ils sont charmés par le côté vintage de notre usine lors de leur première visite, la difficulté que représente un déplacement dans ce coin de la Dordogne aurait quand même tendance à lasser à la longue..."

On connaissait le "handicap prix" de la production made in France, dans le cas de Moulin Neuf Textiles, au moins, il ne faut pas non plus négliger le "handicap infrastructures"...

Les vêtements Gautier : une renaissance plutôt sportive

Lundi 29/08/2016 à 08H18

LE PUY-SAINTE-RÉPARADE

22
Partages

PARTAGER

TWEETER

PARTAGER

Réagir

Cette entreprise familiale de vêtements de sport créée en 1987 a été reprise par Benjamin Pioger, triathlète âgé de 25 ans



Milena Skopal coupe, assemble et coud tous les vêtements estampillés Gautier. À 25 ans, Benjamin Pioger (au centre) vient de reprendre cette entreprise familiale au côté aussi de Sébastien Feletti, designer.

PHOTO PHILIPPE LAURENSEN

Dans les milieux du cyclisme et du triathlon, les vêtements Gautier se sont fait un nom en presque 30 ans d'existence. Car cette entreprise familiale a été créée par Pierre Gautier, ancien cycliste professionnel, en 1987 au Puy-Sainte-Réparate. Il a même été membre de la célèbre équipe Bic avec Jacques Anquetil. Il a aussi participé au Tour de France en 1970.

Comment cette entreprise est arrivée au Puy ?
Tout simplement parce que Pierre Gautier y habitait. Le régional de l'étape !

Un ami de Pierre Gautier crée le Triathl'aix. Il choisit évidemment la marque comme équipementier. Benjamin Pioger, membre du club, ne porte que des vêtements de la marque puéchenne à l'époque et il en est fier. *"Elle m'a donné envie de faire du triathlon lorsque je l'ai vu la première fois sur l'Embrunman en 2002, avec une tenue portée par Cyril Neveu, le vainqueur ce jour-là. Elle a du caractère, elle ne plaît pas à tout le monde, mais elle est vraie et authentique, comme son créateur."*

Benjamin Pioger entre même au comité, dans le pôle "tenue" de 2010 à 2012. Il tisse des liens avec Pierre Gautier, écoute avec attention et même admiration ses anecdotes sportives... Un véritable livre ouvert.

Mais Benjamin doit se lancer dans sa carrière professionnelle. Elle l'entraîne entre autres aux USA et à Paris, dans l'événementiel.

"Un blason à redorer"

En janvier dernier, il revient dans la région. *"J'avais toujours dans un coin de ma tête Pierre Gautier qui m'avait dit qu'il voulait passer la main"*, reprend-il. Il retourne le voir. Il a 73 ans, Pierre Gautier compte deux salariés. *"Ils ont tenu la boutique à bras-le-corps. Je ne voulais pas que la marque s'éteigne"*, lance Benjamin Pioger. *Elle a une histoire, un potentiel."*

Il reprend officiellement les Vêtements Gautier en juin et garde les deux salariés emblématiques : Milena Skopal (couturière depuis 24 ans) et Sébastien Feletti (design et découpe depuis 10 ans). Les bilans ne sont pas flambants. Pierre Gautier ne se payait pas. Benjamin Pioger est suivi par Pôleemploi, Pays d'Aix initiative (PAI) et la chambre des métiers. De 3700 pièces fabriquées au Puy en 2015, Benjamin espère passer à 5000 pièces et augmenter de 20 % le chiffre d'affaires pour l'heure d'environ 100 000 €. Il a investi au total 15 500 €.

"On a un blason à redorer", lance-t-il fièrement. Au Puy, on fait tout. Les tissus anti-UV, ultra-respirant sont achetés à un fournisseur espagnol. On découpe, on coud, on imprime. Toutes les étapes sont effectuées sur place, un *made in France* et même un *made in Provence* plutôt très rare, surtout dans le milieu de la mode. Les produits phares : les combinaisons trifonction, les shortys, les maillots, les coupe-vent, les cyclistes... Tous sont personnalisables à l'envi sans frais supplémentaire.

Benjamin Pioger vient de faire entrer dans la liste de ses clients le club de triathlon de Cannes (une grosse centaine d'adhérents).

Les Vêtements Gautier a un palmarès à donner le tournis. Sauf que Pierre Gautier n'était pas vraiment un communicant né. Il faut savoir montrer ses atouts. Le rêve de Benjamin Pioger ? Stabiliser l'entreprise et évidemment la voir prospérer. Et pourquoi pas la voir un jour présente sur le Tour de France !

WWW.VETGAUTIER.FR

28 juillet 2016

Madaïs : une jeune marque de jupes cousues main

Félicité de Carayon a lancé sa marque de jupes en coton, made in France, en mai dernier après avoir travaillé pendant six ans dans le marketing produit au sein de groupes de cosmétiques et être partie avec une ONG à Madagascar, ce qui lui a donné des idées.



Jupe Madaïs, modèle Josette la Pétillante

Madaïs, basée sur la côte bretonne, propose des jupes en édition limitée faites uniquement de coton, conçues et dessinées à Saint-Malo. La production est confiée à des couturières à Vanves.

La première collection est composée de quatre modèles imprimés, des tailles hautes, des jupes courtes produites à 100 exemplaires chacun. Pour l'automne-hiver, la créatrice passera à 200.

Concernant la distribution, les jupes sont vendues exclusivement sur le site Madaïs. Félicité de Carayon explique : « J'ai eu beaucoup de propositions, mais pour moi, les fondamentaux de ma marque sont la production Made in France et des prix abordables, et le seul moyen pour le moment de respecter ces engagements est la vente en ligne ».

A l'avenir, la créatrice compte bien proposer plus de pièces du vestiaire féminin comme des robes et des tops pour aller avec ses jupes.

Parisienne de 29 ans, la fondatrice a souhaité s'engager auprès des femmes malgaches tout en créant sa propre marque. A chaque unité vendue - les jupes coûtent en moyenne 80 euros, Félicité de Carayon reverse cinq euros à un centre de formation de couturières de Manakara, à Madagascar.

Par **Lucile Deprez**

Tous droits de reproduction et de représentation réservés.

© 2016 FashionMag.com

1083 : UNE MARQUE DE JEANS MADE IN FRANCE

28 JUILLET 2016 CONSO PLANÈTE

1083

Accueil La Quotidienne Conso

9 6

D’Afrique de l’Ouest jusqu’au Bangladesh, en passant par le Pakistan et la Roumanie, vos vêtements voyagent sans doute plus qu’un globe-trotter. Face à ce constat, 1083 a lancé une gamme de vêtements entièrement made in France. Un bon moyen de limiter son empreinte environnementale.

« **1 083 km**, c’est la distance qui sépare les deux villes les plus éloignées de France », explique Thomas Huriez, le fondateur de 1083. De ce chiffre symbolique, il en a fait une marque dont l’ambition est de proposer des produits complètement **made in France**. « On vend principalement des jeans, mais on a élargi notre gamme de produits aux baskets, bermudas, vestes, ceintures... », fait-il valoir.

Le 100% français est donc possible ? Pas vraiment, si l’on en croit l’entrepreneur. « Notre coton biologique, les rivets et les boutons viennent de nos voisins italiens », admet-il.

À lire aussi : [Perus, des baskets tendance et solidaire](#)

« L’autre Tour de France »

La « *relookalisation* », pour reprendre le terme de l’entreprise, est bonne pour l’environnement ! « Un jean parcourt jusqu’à **65.000 km** lors de sa fabrication », souligne Thomas Huriez. En France, cette distance n’excède donc pas 1 083 km, soit 60 fois moins de trajet. Pour illustrer cette proximité, le fondateur et sa femme ont relié **Porpspoder** et **Menton** à vélo, les « deux villes les plus éloignées de France ».

Cet « *autre Tour de France* », comme ils l’appellent, a duré 17 jours et autant d’étapes durant lesquelles les clients étaient invités à visiter les ateliers de 1083. Un moyen pour eux de promouvoir leur marque, ainsi que le made in France.



Aperçu de la gamme de produits de 1083 Crédits: 1083



Thomas Huriez et sa femme traversent la France en tandem. Crédit : 1083

Donner un coup de pouce à l'emploi local

L'histoire derrière cette aventure se niche dans l'invention des premiers jeans en France. « *Le denim est né à Nîmes (d'où son nom, "de Nîmes") ; pourtant, nous sommes les premiers à proposer des produits entièrement teints, tissés et confectionnés en France* », raconte le concepteur. « *Il y a une vingtaine d'années, à Romans, on comptait environ 2 000 emplois dans le secteur de la chaussure. Aujourd'hui, il n'y en a plus que 300* », constate-t-il. L'entreprise a revitalisé plusieurs ateliers en France, en créant plus d'une **vingtaine d'emplois**, principalement en Auvergne-Rhône-Alpes. « *On est fier de pouvoir amener une nouvelle dynamique dans des régions où le taux de chômage est élevé* », se félicite-t-il.

À lire aussi : [Le T-shirt qui fera de vous un héros](#)

Le projet est né il y a trois ans, et a pu voir le jour grâce à une campagne de crowdfunding rondement menée. Avec plus de **20 000** produits vendus depuis la création de la marque, l'entreprise se porte bien. Son chiffre d'affaires a plus que quadruplé depuis 2013. Pour Thomas Huriez, l'aventure ne fait que commencer. « *Imaginez le*



1083 contribue à l'emploi local Crédits: 1083