

## Revue de Presse sur le Fabriqué en France :

### Vêtements et Linge de corps

Date : Septembre 2017 – Avril 2018

Proposé par : SémioConsult®

Auteur : Anne-Flore Maman Larraufie, PhD

Contact : [anne-flore.maman@semioconsult.com](mailto: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](http://www.semioconsult.com)



**FIGARO partner**

En partenariat avec

**DELL** **PETITES ENTREPRISES** **INTEL**

**Des solutions de développement pour les entreprises à taille humaine**

En savoir plus 

## Bleuforêt passe de la chaussette au collant

Par [Anne-Sophie Cathala](http://plus.lefigaro.fr/page/anne-sophie-cathala) | Publié le 18/09/2017 à 06:00



La société familiale Tricotage des Vosges, maison mère de Bleuforêt, vient d'investir dans une quinzaine de métier à tricoter ultra sophistiqués pour se diversifier dans les collants fin de polyamide et lycra. [bleuforet](http://bleuforet.fr)

**La société Tricotage des Vosges a décidé d'étendre son savoir-faire made in France aux collants fins. Elle a investi 1,5 millions dans cette diversification stratégique.**

Lancer des collants, la déclinaison coulait de source pour le vosgien Tricotage des Vosges et sa marque phare Bleuforêt. Forts du succès de leurs chaussettes made in France, ses dirigeants, Jacques Marie et son fils Vincent, se diversifient dans les fins collants de polyamide et Lycra. «Les jambes des femmes se dévoilent de plus en plus, sous les shorts, robes et jupes courtes devenues très tendance, expliquent-ils. Il nous a semblé important d'apporter aux collants notre savoir-faire tricolore.»

**Le marché français des collants pèse 110 millions de pièces par an, bien plus que celui des chaussettes pour femmes**

La PME familiale, qui dispose d'une usine à Vagney (Vosges) et d'un atelier à Romilly (Aube), y a investi 1,5 million d'euros pour tricoter, assembler et teindre en France ces nouveaux produits. Avec de nouvelles machines italiennes performantes, elle a créé un atelier de teinture dédié à Romilly. Cinquante mille paires de collants pourront être produites par mois. Cent mille sont déjà en partance chez Carrefour ou Leclerc, ou dans de prestigieux grands magasins d'El Corte Inglés, en Espagne, à Isetan, au Japon, où la «French Touch» séduit. Elles seront vendues à des prix abordables, de 6 à 10 euros.

La marque Bleuforêt mise sur cette nouvelle activité pour réveiller ses ventes. Elle en attend 5 millions d'euros de chiffre d'affaires d'ici à trois ans, elle qui en réalise actuellement 15 millions.

Le marché français des collants pèse 110 millions de pièces par an, bien plus que celui des chaussettes pour femmes, proche de 60 millions. Des chaussettes dont les ventes progressent doucement, tant il est difficile de résister à la concurrence à prix cassé des produits chinois.



**Anne-Sophie Cathala**

<http://plus.lefigaro.fr/page/anne-sophie-cathala>

Auteur - [Sa biographie](http://plus.lefigaro.fr/page/anne-sophie-cathala)

[cathala](http://plus.lefigaro.fr/page/anne-sophie-cathala)

26 abonnés

**Ses derniers articles**

[Les slips Eminence cherchent un repreneur](http://www.lefigaro.fr/societ...)

[Birkenstock quitte Amazon, à cause des contrefaçons](http://www.lefigar...)

# LE FIGARO PREMIUM

Abonnez-vous pour 1€ seulement

Saisissez votre email

J'EN PROFITE

Annulable à tout moment



Le meilleur de la presse  
quotidienne et magazine

S'inscrire



Plus de 15 newsletters  
thématiques

S'inscrire

ce

Votre budget est  
en mauvaise santé ?



L'ACS peut  
vous aider.

Actualité > Grand Sud > Tarn > Castres

Publié le 12/10/2017 à 07:42

## Les pulls de la Manufacture Regain labellisés «Origine France Garantie»

Entreprise

**LADEPECHE.fr**

vendredi 15 décembre, 15:54, Sainte Ninon



A gauche Yves Jégo et Laurent Brunas lors de la visite de la manufacture Regain hier matin au Causse à propos du label «Origine France Garantie»./ photo JMG

La manufacture Regain, entreprise qui fabrique notamment des pulls techniques (pompiers, armée, pull homme mode ...etc) dans son usine du Causse recevait hier dans ses ateliers Yves Jégo, le député UDI de Seine-et-Marne très impliqué dans la défense des produits fabriqués en France. Ce parlementaire est d'ailleurs l'initiateur du label «Origine France Garantie» (OFG) au travers de l'association ProFrance. Le patron de Regain, Laurent Brunas, a obtenu ce label en 2014 et vient d'obtenir son renouvellement. C'était d'ailleurs l'objet de la visite d'Yves Jégo hier qui est déjà venu dans le Tarn rencontrer d'autres labellisés. Très engagé lui aussi dans la défense du «fabriqué en France», Laurent Brunas met un point d'honneur à valoriser les vêtements tricotés et assemblés dans son usine sud-Tarnaise. Il répond ainsi parfaitement aux critères du label OFG : «Nous développons au maximum la production française même s'il est parfois difficile d'être entendus sur les appels d'offres publics. Mais ce label OFG nous aide et contribue à renforcer notre position.» a indiqué le chef d'entreprise lors de la visite de la manufacture.

Yves Jégo a aussi expliqué : «Le label OFG est davantage contraignant que l'utilisation d'un «made in France» soumis seulement aux règles du code douanier. De plus, notre label est universel et s'applique à tout produit, qu'il soit industriel comme des véhicules ou bien sortis d'un petit atelier individuel agroalimentaire par exemple. Plus de 600 entreprises françaises l'utilisent représentant 2000 gammes de produits.» (1)

Dans l'usine Regain qui occupe 32 salariés, Laurent Brunas a ainsi montré ses produits phares que sont les pulls ou tricotés techniques, uniformes et image de marque destinés aux corps tels que pompiers, RTE, administration pénitentiaire, services publics, armées ...etc. Autant de domaines d'activité qui exigent une haute qualité et technicité de leurs vêtements (résistance, isolation électrique ...)

Il a aussi présenté son savoir-faire dans la fabrication de pulls homme sous sa propre marque «Pic de Nore» ou à façon pour de grandes marques (Oxbow par exemple). La société créée par la famille Brunas en 1973 et conduite par Laurent Brunas depuis une dizaine d'années ne se prive d'aucune innovation pour avancer. Elle vient par exemple de fournir à la RATP des pull-overs tricotés avec du fil recyclé fourni par la filature

du Parc de Brassac.

### Accédez à 100% des articles locaux à partir d'1€/mois

En recevant hier le président du projet OFG, la société Regain se conforte dans une approche «France» avec à la clef de l'emploi local et des projets multiples. Un «regain» permanent finalement.

1- le catalogue des produits labellisés est consultable ici : [originefrancegarantie.fr](http://originefrancegarantie.fr)

J.-M.G.

CASTRES ENTREPRISE

## Contenus sponsorisés



**Comment aider son enfant à bien parler ?**  
(Carrefour)



**Ne prenez plus un gramme de curcuma avant d'avoir lu cet article !**  
(Cell'innov)



**Marine Le Pen refusée à l'hommage de Johnny Hallyday**  
(Orange)



**Cinq hôtels à couper le souffle pour vos prochaines vacances**  
(AirFrance)



**Commandez votre fioul en ligne et soyez livré sous 2 ou 5 jours ouvrés**  
(Hello Fioul)



**Vous cherchez un véhicule d'occasion ? Découvrez les modèles Volkswagen.**  
(Das WeltAuto)

## Sur La Dépêche

Repérée sur "Le bon coin", la moto est volée et remise en vente sur... "Le bon coin"



**Dès le jeudi 14.12, en exclusivité chez Lidl**  
(Lidl)

Hommage à Johnny Hallyday : en retard, Roman Polanski et Emmanuelle Seigner se sont fait refouler à l'entrée de l'église



**Françoise Hardy : "Johnny m'a toujours subjugué"**  
(L'Obs)

21 ans après le concert annulé, David Muscat court toujours



**Propriétaires de maison, l'État vous aide à passer aux solaire !**  
(Economiserlenergie.com)

Un avion ATR s'écrase au Canada

Une voiture prend feu en plein centre-ville de Toulouse



**Que faut-il faire pour préserver sa prostate ?**  
(Olliscience)

Il recevait ses maîtresses au cabinet, un médecin interdit d'exercer pendant trois mois





**CHANGEZ POUR BUTAGAZ**  
POUR VOTRE GAZ NATUREL  
ET VOTRE ÉLECTRICITÉ

SOUSCRIVEZ EN 5 MINUTES

## INDUSTRIE

### Kindy a des couleurs avant sa braderie dans l'Oise

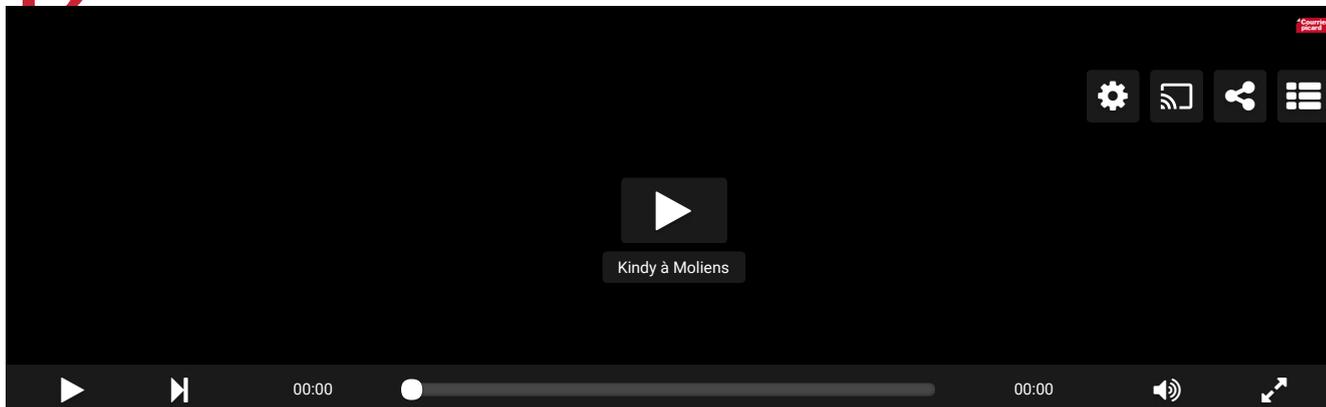
Moliens - L'entreprise de chaussettes a été reprise cet été. La production repart, sans rompre la tradition de la braderie Kindy. Nous avons rencontré Sali Halissi, l'un des deux repreneurs.

Par PROPOS RECUILLIS PAR CHRISTOPHE LE-BAS | Publié le 27/11/2017



Salih Halissi a repris l'entreprise de chaussettes Kindy, avec Thierry Carpentier.

**D**epuis juin, c'est la société Galatée, des Français [Thierry Carpentier et Salih Halissi](#), qui est propriétaire de la marque Kindy. Nous avons cherché à dresser un premier bilan d'activité, à l'approche de la braderie.



### Salih Halissi, la nouvelle direction conserve la braderie. C'est un événement si important ?

C'est essentiel. Cela nous permet de dire, «on existe !», et puis, il y a une forte demande. La vente aura lieu à l'usine.

Les gens viennent pour faire de bonnes affaires, avoir de bons produits à un prix défiant toute concurrence.

### Le produit justement. Où en est Kindy ?

Depuis la reprise, nous avons doublé notre production. De 40 000 paires, nous en sommes à 80 000 avec un objectif en hausse pour 2018. Nous avons également embauché une quinzaine d'intérimaires, en plus des 60 personnes de la société. Nous désirons faire croître la production d'encre 30 à 40 %, à Moliens.

### Pourquoi rester à Moliens ?

La Turquie reste notre principal fournisseur de chaussettes pour la grande distribution. Mais, être à Moliens, c'est l'assurance d'une production de qualité, maîtrisée, *made in France*, avec une souplesse que l'on n'a pas en Turquie. Cela fait partie de notre stratégie. Gagner en qualité et retrouver la pertinence qui

a fait la gloire de Kindy dans les années 1980.



### Des investissements sont envisagés ?

Notre carnet de commandes est fourni, les prévisions sont belles et on est positif. Ce qui va nous permettre d'investir et de redonner des couleurs à Kindy.

Mais il est encore trop tôt pour donner un chiffre. Nous ne sommes là que depuis 5 mois. C'est vrai que le marché textile est fatigué, mais le secteur de la chaussette se maintient et nous offre une belle positivité dans un avenir très proche.

### Quels axes de travail allez-vous développer ?

Nous sommes à la recherche d'ingénieurs textiles. Nous souhaitons créer notre propre bureau de développement afin de déposer des brevets de fabrication.

Il y a du potentiel et une clientèle pour la chaussette technique, qui aide à évacuer la transpiration par exemple. Cela permet un gain de qualité, de communiquer sur l'innovation, de produire en France... Le lieu n'est pas encore arrêté.

### La communication était un élément moteur de la marque. Cela va le rester ?

Nous allons lancer une grande campagne de communication en 2018. Le budget n'est pas encore arrêté, mais ce sera conséquent. Il faut que le produit corresponde à cette communication, c'est pour cela que nous prenons du temps.





### La vente de chaussette sera-t-elle changée ?

La grande distribution est le canal de vente principal. Ventes réalisées à 98 % en France. Nous souhaitons développer notre présence sur internet.

Nos sites sont en cours de refonte. Nous souhaitons doubler notre chiffre d'affaires en ligne l'an prochain, c'est notre source de croissance la plus importante. Cela va nous permettre de toucher les marchés étrangers. Mais l'impératif reste la hausse de la qualité. Nous avons déjà présenté notre nouvelle collection à nos clients. La nouvelle touche Kindy a beaucoup marqué les esprits, et nous avons déjà de très bons retours.

### Et les salariés ? L'ambiance est-elle meilleure dans l'usine ?

Ils ont adhéré à notre politique. Le contact est devenu simple et direct entre nous et les employés. Certains n'avaient d'ailleurs jamais franchi les portes de la direction... Nous assurons une gestion opérationnelle plus réactive. On est tous dans le même bateau, accessibles, et contents d'être là.

Braderie Kindy, vendredi 1er décembre de 16 h 30 à 20 heures et samedi 2 décembre de 9 à 17 heures, au 37, rue des Bonnetiers.

## L'avis du syndicat FO de l'usine

Par **Le Courrier Picard Monday, Novembre 27, 2017 - 09:54**

Dany Cottet, délégué syndicale FO de Kindy, salue la reprise de la société et le retour d'un esprit d'entreprise. « Pour l'instant, tout est positif. La mentalité n'est plus du tout la même. Les repreneurs entretiennent l'outil industriel, ce qui n'avait pas été le cas ces 15 dernières années. On ne révolutionne pas tout en six mois c'est vrai, mais l'ambiance de travail est bien plus agréable. On sent une dynamique qui n'existait pas. Et puis, les patrons viennent chaque jour saluer les salariés dans l'atelier. Ça change. »

Poursuivez votre lecture sur ce(s) sujet(s) : **Moliens (Oise)**

### CONTENUS SPONSORISÉS



Charlotte Gainsbourg présente son fils Ben au premier rang du défilé Saint Laurent

Elle



Dès le jeudi 14.12, en exclusivité chez Lidl

Lidl



Irak : une loi pour autoriser le mariage des fillettes prépubères

Buzger France

**A LIRE SUR COURRIER-PICARD.FR**



Moutons attaqués à Gézaincourt:  
«On ne sait pas quel animal a fait ça»



Saint-Quentin: il perd le contrôle  
en suivant le corbillard



Un troupeau de huit moutons  
attaqué près de Doullens

HAUTE-LOIRE

## Des bonnets français 100 % made in Saint-Didier-en-Velay

Tout juste labellisée Origine France garantie, la marque Blanc Bonnet est devenue la vitrine des Ateliers Peyrache. La société attend une autre distinction prestigieuse, celle d'EPV (Entreprise du patrimoine vivant), qui valorise les savoir-faire au service du «Fabriqué en France».

Vu 3372 fois | Le 07/11/2017 à 09:35 | mis à jour à 10:40 | Réagir (1)



Depuis deux ans, Corinne Gaudic s'attache à développer la marque Blanc Bonnet. « Du haut de gamme de qualité qui reste abordable », vante-t-elle, fière de mettre en avant le «Made in France» et le blason de Saint-Didier-en-Velay, un brin revisité : le logo est en effet un lion coiffé d'un bonnet. Photo Isabelle DEV00S

Eva et Adrien,  
parents comblés...!!!?

NE VOUS FIEZ PAS AUX APPARENCES

PRÊTS IMMOBILIERS

REGROUPEMENT DE CRÉDITS ASSURANCES EMPRUNTEURS

04 72 34 02 02 : AGENCE LYON 3  
04 72 43 02 02 : AGENCE LYON 6  
04 69 73 40 40 : AGENCE ST GENIS LAVAL

CAFPI  
N°1 des Courtiers  
Le premier Courtier en Immobilier

### Tags de l'article

ECONOMIE ENTREPRISE

HAUTE-LOIRE 43 LIFESTYLE

CONSOMMATION

### DANS LA MÊME RUBRIQUE

RHONE

Alexandre Mérieux devient Président  
Directeur Général de bioMérieux

ECONOMIE

La fiche de paie simplifiée arrive bientôt  
dans les petites entreprises

ECONOMIE

Meublés de tourisme : Lyon va durcir les  
règles

TOUS LES ARTICLES

LECTURE  
ZEN

Les Ateliers Peyrache, à Saint-Didier-en-Velay, sont aujourd'hui dirigés par Corinne Gaudic, diplômée de l'Essec (École supérieure des sciences économiques et commerciales), après une carrière chez Louis Vuitton. Avec son époux Ludovic, elle est arrivée au chevet de l'entreprise en 2015, alors qu'elle était placée en liquidation judiciaire. La société a ainsi rejoint Broderie du Lys, à Versailles, déjà dans l'escarcelle du couple.

### Un nouveau souffle deux ans après la liquidation judiciaire

Dans ses années fastes (1990), la société désidérienne a compté jusqu'à 90 salariés. Ils sont une vingtaine aujourd'hui. Tous polyvalents. En moins de deux ans, la nouvelle direction a amorcé plusieurs virages pour valoriser les savoir-faire des Ateliers Peyrache. L'activité se répartit pour un tiers dans le tissage, un tiers dans la broderie industrielle et un tiers dans la bonneterie-confection. Plusieurs grandes sociétés lui font confiance pour la sous-traitance à 100 % : de l'achat des matières en Europe au tissage des étiquettes sur place.

La marque Blanc Bonnet (créée en 2008) est devenue la vitrine de la société avec une collection de produits haut de gamme à des prix abordables (entre 30 et 80 euros le bonnet doublé polaire). « Blanc Bonnet c'est aussi notre laboratoire recherche et développement », confie Corinne Gaudic.

### En 2018, la marque fêtera ses dix ans

Les produits Blanc Bonnet sont aujourd'hui vendus dans près de 80 boutiques partenaires en France (des détaillants mutimarkets, en bord de mer, en centre-ville, des concepts stores « made in France »), et non plus seulement en stations de sports d'hiver. Depuis peu, les bonnets sont aussi commercialisés sur internet dans un packaging soigné.

La toute nouvelle collection s'est étoffée et compte une ligne pour les enfants, ainsi que des accessoires.

La marque a obtenu le label Origine France pour 99 % de la production Blanc Bonnet (sauf un bonnet dont la doublure est tricotée en cachemire). « Bientôt, tous nos clients qui le souhaitent pourront en bénéficier. » Un autre label prestigieux est en cours d'attribution, celui d'EPV (Entreprise du patrimoine vivant), qui valorise les savoir-faire au service du « Fabriqué en France ».

La direction de l'entreprise fait le pari de réinvestir son chiffre d'affaires. Mais ce n'est pas suffisant. Elle recherche un fonds d'investissement pour poursuivre son développement. Elle souhaiterait réintroduire un tissage qui n'est plus réalisé que par un seul fabricant en France : l'éponge. « On a la clientèle et la demande, assure Corinne Gaudic. Mais il nous faudrait au moins 400 000 euros pour acheter du matériel, embaucher du personnel et le former.»

Contact Tél. 04.71.61.02.91 et sur blanc-bonnet.fr

### LA BOURSE



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

**Isabelle Devoos**  
isabelle.devoos@leprogres.fr



Gestion des obligations légales, accompagnement d'experts métier, Comptable en ligne



Les 10 aliments qui sont bons pour votre cerveau  
Planète Zen

Publicité

### JOURNAL EN NUMÉRIQUE



Télécharger l'édition de  
Lyon - Villeurbanne - Caluire

**TÉLÉCHARGEZ VOTRE ÉDITION EN NUMÉRIQUE**

VOUS AVEZ AIMÉ  
CET ARTICLE ?  
PARTAGEZ-LE !



ENVOYER À UN AMI



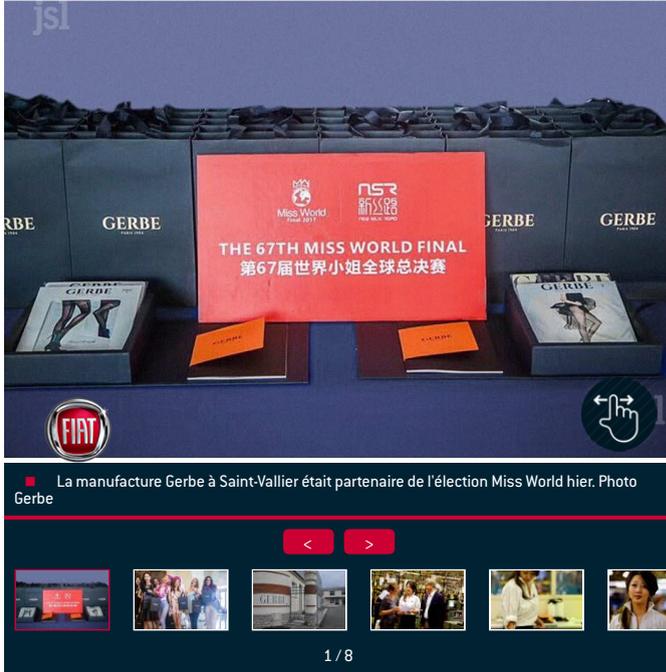
IMPRIMER

Tags : **ECONOMIE - ENTREPRISE - HAUTE-LOIRE 43 - LIFESTYLE - CONSOMMATION**

SAINT-VALLIER

## Les collants Gerbe aux jambes de Miss monde

Vu 8755 fois | Le 19/11/2017 à 11:20 | mis à jour le 21/11/2017 à 15:58



La manufacture Gerbe à Saint-Vallier était partenaire de l'élection Miss World hier. Photo Gerbe



1 / 8



Hier samedi, l'indienne **Manushi Chhilar, 20 ans, a été élue Miss monde lors d'une cérémonie qui se déroulait à Sanya, en Chine.**

A ses jambes, comme à celles de toutes les candidates, une ultime touche de glamour made in Saône-et-Loire : l'entreprise Gerbe et ses célèbres collants était partenaire de cet événement international.

Deux jours avant le vote, le fabricant de textile communiquait d'ailleurs sur sa page Facebook mettant en avant 3 jeunes femmes candidates qui ont terminé dans le Top 5 : la Mexicaine Andrea Meza (finaliste, 1ère dauphine), la Kenyane Magnine Jeruto et la Française Aurore Kichenin, elle-même 1ère dauphine de Miss France;



### A LIRE AUSSI



• [Un joli coup de pub mondial pour l'entreprise Gerbe](#)

### Tags de l'article

EDITION MONTCEAU SAINT-VALLIER  
ECONOMIE ECONOMIE RÉGIONALE  
ACTUALITÉ FIL WEB

### LES PLUS LUS

- 1 Dramatique incendie au centre de Chalon : un mort et un blessé grave
- 2 Farges-lès-Chalon : un choc frontal fait un mort et plusieurs blessés
- 3 Génélar : l'émouvant au revoir des collégiens à leur prof d'histoire-géo [en vidéo]
- 4 Un bus scolaire percuté par un train : quatre enfants morts
- 5 L'animateur Tex viré des "Z'Amours" de France 2



Arthrose : Le séniors se ruent sur cette molécule qui régénère les cartilages !  
Santé Corps Esprit



Avec un salaire de 3000€, ils effacent leurs impôts !  
Ne plus payer d'impôts !

Publicité

### DANS LA MÊME RUBRIQUE

**GERBE Stéphane Gerbe**  
il y a environ un mois

**MISS MONDE 2017 + GERBE**  
Election de Miss Monde 2017, le Made In France et la région Bourgogne brillent mille feux à Sanya (Chine). Gerbe habille les jambes des Miss. Découvrez les lauréates que nous avons rencontrées : Ana Carolina Ugarte – Venezuela; Magr Jeruto – Kenya ; Julianne Britton – Panama; Andrea Meza – Mexique et Celia Monterrosa Honduras  
Rejoignez-nous et découvrez les coulisses de cet événement magique ! Vous aimerez ? Partagez !  
[MIF Expo - Le ... Afficher la suite](#)



26 likes, 14 shares

**Album TOP 5 ANNOUNCED!!**

**Miss World**  
il y a environ un mois

FRANCE  
ENGLAND  
KENYA  
INDIA  
MEXICO



3 K likes, 690 comments, 333 shares

La 1ère dauphine Miss France, Aurore Kichenin, et son cadeau Gerbe, lors de l'élection Miss World en Chine, où elle termine dans le Top 5



**SAINT-VALLIER - EDUCATION**  
Rythmes scolaires : les élus votent pour le retour à la semaine de quatre jours

**SAINT-VALLIER - ENTREPRISE**  
Les collants Gerbe habillent les mannequins chinoises

[TOUS LES ARTICLES](#)

**FIL INFO**



**MONTCEAU-LES-MINES**  
Les dernières interventions des pompiers

**SOCIAL**  
Le Smic revalorisé au 1er janvier, mais sans coup de pouce

**AUTUN**  
Odyssee Loisirs ouvert deux semaines

**ROYAUME-UNI**  
Il organise une tombola pour vendre sa maison avec Rolls Royce et piscine

**ROYAUME-UNI**  
Le prince Harry épousera Meghan Markle le 19 mai

[TOUS LES ARTICLES](#)

**JOURNAL EN NUMÉRIQUE**

Edition d'Autun Le Creusot



**TÉLÉCHARGER VOTRE ÉDITION EN NUMÉRIQUE**



**MISS MONDE 2017 + GERBE**  
 Election de Miss Monde 2017, le Made In France et la région Bourgogne brillent mille feux à Sanya (Chine). Gerbe habille les jambes des Miss. La Française Aur Kichenin – France – 1ère dauphine de Miss France 2017 compte parmi les 40 sélectionnées !!!  
 Rejoignez-nous et découvrez les coulisses de cet événement magique !  
 Partagez !  
 MIF Expo - Le Salon du Made in France... [Afficher la suite](#)

29 likes, 1 comment, 21 shares

Après un retour remarqué sur le Salon du Made in France à Paris du 10 au 12 novembre, l'entreprise de Saint-Vallier s'est donc offert une vitrine mondiale.

**Gerbe était au Salon Made in France**



Rendez-vous au MIF - salon du made In France - Porte de Versailles - STAND C  
 Vendredi 10, samedi 11 et dimanche 12 novembre.  
 Entrée gratuite -  
 MIF Expo - Le Salon du Made in France  
 Label Entreprise du Patrimoine Vivant  
 #collants\_gerbe

34 likes, 4 comments, 11 shares

**UNE VITRINE CHINOISE MADE IN SAINT-VALLIER !**

La renaissance de Gerbe n'est pas étrangère à ce partenariat avec Miss world qui se déroulait en Chine. En effet, rappelons que Gerbe revient de très loin, puisque placé en redressement judiciaire en 2015, l'entreprise n'a du son salut qu'à son rachat, au dernier trimestre, par une riche famille chinoise et de sa holding Chongqing Tianci Hot spring group.

La directrice générale du site Valloirien, Yun Fan Yang, navigue d'ailleurs entre la France et la Chine où elle supervise les 8 boutiques à l'enseigne Gerbe.

*La Mine*  
 Créateur de vos de  
 GUILLAUME  
 E DE LA RÉPUBLIQUE - M



Il y a un an, Le Journal de Saône-et-Loire visitait en sa compagnie et celle de son directeur délégué Philippe Genoulaz, l'usine de Saint-Vallier :

- [la galerie photos](#)

- [le portrait de la dirigeante chinoise Yun Fan Yang](#)

Er.D.

### A LIRE AUSSI

- [Un joli coup de pub mondial pour l'entreprise Gerbe](#)



Tweeter



Partager

148



ENVOYER À UN AMI



IMPRIMER

Tags : **EDITION MONTCEAU - SAINT-VALLIER - ECONOMIE - ECONOMIE RÉGIONALE - ACTUALITÉ - FIL WEB**

## Thomas Huriez, le croisé du jean français

La Caisse des dépôts et le Groupe SOS vont aider la PME 1083, installée à Romans-sur-Isère, dans la Drôme, à prendre son essor.

LE MONDE ECONOMIE | 08.11.2017 à 10h55 • Mis à jour le 08.11.2017 à 14h56 | Par Denis Cosnard (journaliste/denis-cosnard)



Thomas Huriez, en mars. la raffinerie culinaire-rafaele /1083

A Romans-sur-Isère (Drôme), une histoire industrielle chasse l'autre. Dix ans après la fin brutale du chausseur de luxe Charles Jourdan, sa grande usine désaffectée s'apprête à reprendre vie grâce à 1083, une jeune PME, qui juge possible d'y fabriquer des jeans made in France. Le compromis de vente a été signé lundi 6 novembre, et l'acquéreur est en train de lever les fonds nécessaires à ce projet de 5 millions d'euros. La Caisse des dépôts a accepté de participer à l'aventure, de même que le Groupe SOS, spécialiste de l'innovation sociale, via son fonds Inco. Tous deux vont entrer au capital. Le projet est en cours de finalisation.

En décembre 2007, la liquidation de Charles Jourdan, grande maison qui a eu pour clientes Marlene Dietrich et Jackie Kennedy, avait causé un traumatisme. L'usine de béton avait fermé, avec sa petite cheminée de briques et son grand hall en marbre. Les 197 salariés avaient été licenciés.

Aujourd'hui, c'est dans ce lieu chargé d'histoire que Thomas Huriez, le fondateur de 1083, entend produire ses jeans. Une forme de consécration pour cet entrepreneur de 36 ans qui n'a lancé sa société qu'en 2013. Ancien informaticien, ce croisé du commerce équitable, de l'économie circulaire et du made in France s'est installé en 2003 à Romans, la ville de ses grands-parents, et y a ouvert une boutique de vêtements éthiques. Une initiative compliquée par la faillite de plusieurs fournisseurs.

*« J'ai alors décidé de créer ma propre marque de jeans et de baskets, en faisant appel au financement participatif, raconte le trentenaire de sa voix douce. Je l'ai appelée 1083. C'est le nombre de kilomètres entre Menton [Alpes-Maritimes] et Porspoder [Finistère], les deux communes les plus éloignées de l'Hexagone. Une façon de parler de proximité, pour des produits fabriqués entièrement en France. »*

« Etre compétitifs face à Levi's »

Malgré l'invention de la toile denim à Nîmes, aucun jean ou...



**FIGARO partner**

En partenariat avec

**DELL** **PETITES ENTREPRISES** **INTEL**

**Des solutions de développement pour les entreprises à taille humaine**

En savoir plus →

## Les slips Eminence cherchent un repreneur

Par [Anne-Sophie Cathala](http://plus.lefigaro.fr/page/anne-sophie-cathala) (<http://plus.lefigaro.fr/page/anne-sophie-cathala>) | Mis à jour le 12/12/2017 à 15:28 / Publié le 12/12/2017 à 13:26



Les dessous masculins Eminence misent sur une fabrication en partie made in France. *Eminence*

**INFO LE FIGARO - Selon nos informations, le groupe français de sous-vêtements Eminence, contrôlé depuis 2011 par le fonds d'investissement LBO France, pourrait changer d'actionnaires.**

Opération séduction pour **Eminence** (<http://www.lefigaro.fr/decideurs/nomination/2015/06/10/33002-20150610ARTFIG00320-dominique-seau-loue-la-revolution-numerique-chez-eminence.php>). Divers industriels et fonds se sont penchés sur le dossier depuis l'été. Un processus attendu, après 6 ans de présence de LBO France (par ailleurs actionnaire de The Kooples, IKKS et **Bexley** (<http://www.lefigaro.fr/societes/2017/12/04/20005-20171204ARTFIG00323-lbo-france-s-offre-les-chaussures-bexley-pour-100millions.php>)), qui n'a *a priori* pas vocation à rester davantage au capital de l'entreprise. D'autres actionnaires (LFPI, Orium et le management) pourraient saisir l'occasion pour se retirer aussi. Faute d'offre jugée satisfaisante, les actionnaires pourraient rester en empochant des dividendes, suite au remboursement de la première dette d'acquisition. La société relèverait alors de la dette. Aucun scénario n'est, pour l'heure, privilégié. Rien ne presse.

Les comptes de l'entreprise sont bons. Le chiffre d'affaires a progressé l'an passé, sur un marché en recul, et devrait atteindre 129 millions d'euros sur l'exercice en cours, soit 3% de plus que l'an passé. La société a les moyens de rembourser toute la dette levée lors de sa dernière acquisition. Elle l'a déjà fait en partie.

### French touch

Connue pour sa marque masculine éponyme haut de gamme (Eminence, 23 millions d'euros de chiffre d'affaires), qui mise de nouveau sur le «made in France» depuis trois ans, l'entreprise est également présente en grande distribution avec la marque Athena (70 millions d'euros de chiffre d'affaires). Celle-ci se diversifie de plus en plus dans la femme, qui ne représente encore que 5% de ses ventes, mais progresse. La marque Liabel, en Italie, fait également partie du groupe. Ce dernier réalise aussi une part de ses ventes en fabriquant en sous-traitance pour **le Slip français** (<http://www.lefigaro.fr/vie-bureau/2017/02/23/09008-20170223ARTFIG00115-bienvenue-chez-le-slip-francais-la-visite-guidee-en-direct.php>) et d'autres partisans de la confection tricolore. Eminence confectionne aussi autres produits textiles pour la gendarmerie ou l'armée dans le cadre d'appel d'offres.

Eminence mise beaucoup sur l'innovation des matières, mêlant par exemple polyamide technique, micro-modal et cotons de qualité. Connue dans des pays comme l'Italie, la société réalise déjà 25 millions de ventes à l'étranger. Elles y ont bondi de 6% cette année et y ont un fort potentiel, la French touch étant très demandée à l'étranger, en mode, des dessus aux dessous.

**SERVICE:** Réchauffez-vous grâce à Lesara qui vous offre -15% sur la mode et la maison, découvrez le code promo (<https://codespromo.lefigaro.fr/code-promo/lesara/>)



**Anne-Sophie Cathala**

<http://plus.lefigaro.fr/page/anne-sophie-cathala>

Auteur - [Sa biographie](http://plus.lefigaro.fr/page/anne-sophie-cathala)

cathala)

26 abonnés

**Ses derniers articles**

[Birkenstock quitte Amazon, à cause des contrefaçons](#)

[Majestic Filatures espère doubler de taille en trois ans](#)

## LE FIGARO PREMIUM

Abonnez-vous pour 1€ seulement

Saisissez votre email

J'EN PROFITE

Annulable à tout moment



L'actu en temps réel avec Le Figaro

Suivre



Le vin du mois en exclusivité - prix direct propriété

Découvrir



## Is créent leur marque de vêtements et prônent le Made In France

À Savigny-sur-Braye, l'entreprise Betilor conçoit et crée des vêtements pour les femmes. Aux commandes, Xavier Laurence et Sophie Gonet, frère et sœur. Tous deux ont un objectif : valoriser le savoir-faire français.

Publié le 21 Déc 17 à 15:30|Modifié le 21 Déc 17 à 15:38



Xavier Laurence et Sophie Gonet ont repris l'entreprise créée par leurs parents, Betilor. (©Le Petit Courrier – L'Echo de la Vallée du Loir)

*« On est des irréductibles gaulois ! »*

Installée depuis quatre ans à côté de Vendôme, à Saint-Ouen, l'entreprise **Betilor** a choisi de déménager cet automne dans la zone artisanale Le Carrefour à **Savigny-sur-Braye** (Loir-et-Cher) et a acheté son propre bâtiment.

Désormais, les gérants, Xavier Laurence et sa sœur Sophie Gonet, ont 500 m<sup>2</sup> rien qu'à eux, entièrement dédiés à la **création de prêt-à-porter féminin** pour des clients de Vente par correspondance (VPC) comme les marques Damart, Daxon et Afibel.

### Une aventure familiale

L'aventure Betilor débute en 1982, en région parisienne grâce à leurs parents, Serge et Béatrice Laurence. Xavier, leur fils, raconte.

*Papa était le gestionnaire et maman, styliste modéliste, dessinait les collections. On peut dire que c'était elle la patronne. En 2001, Sophie, ma soeur a fait son entrée dans la société et moi, je suis arrivé en 2008. Avec ma sœur, on a un but : sauver la confection française, les emplois de nos confectionneurs et les nôtres !*

Car dans le milieu du prêt-à-porter, la concurrence est rude. Elle se passe loin des ateliers de la famille Laurence, sur le terrain des coûts de production, moins élevés à l'étranger.

*« Sur l'ensemble des fournisseurs des VPC, 95 % sont installés hors de France. Ils sous-traitent la confection des vêtements en Bulgarie, en Roumanie ou en Tunisie. Nous, on dessine les vêtements et on réalise les coupes ici, à Savigny. Nous sous-traitons à des confectionneurs situés à Paris. 25 à 30 personnes travaillent avec nous. »*

Lire aussi : [Il réussit une levée de fonds de 15 000 € pour lancer son entreprise](#)

## « On doit se retrousser les manches »

**Entre 30 000 et 40 000 vêtements** sont produits chaque année par Xavier et Sophie. Mais produire en France n'est pas synonyme de facilité.

Dans les années 1990, Betilor emploie une quinzaine de personnes. Durement touchés par la crise du textile, les gérants doivent faire des choix.

*« Il y a cinq ans, il y a eu un plan de restructuration et des licenciements économiques. Personne n'imagine ce que ça fait que de dire à des gens qui ont trente ans de boîte que c'est terminé. Aujourd'hui, on est deux et on doit se retrousser les manches. Pas seulement pour sauver le travail de nos parents, mais pour montrer que c'est possible de produire des vêtements en France tout en gardant un prix de vente correct. »*

Parce qu'ils estiment que le « made in France » n'est pas valorisé par leurs clients en VPC, ils ont décidé de créer leur marque, ForJoly. Et d'ouvrir leur propre magasin, « avec nos propres créations, des vêtements pour les femmes, les seniors ».

Sur chaque vêtement, un ruban bleu-blanc-rouge annonce la couleur. Xavier et Sophie espèrent ouvrir leur boutique en janvier ou en février prochain.



Ils ont créé leur propre marque et fabriquent leurs vêtements en France. (©Le Petit Courrier – L'Echo de la Vallée du Loir)

## Un seul magasin

Le magasin de Savigny sera le seul et l'unique.

Xavier Laurence souhaite développer la vente en se rendant directement auprès de ses futures clientes « dans les maisons de retraite, les foyers de vie, les hôpitaux gériatriques, les résidences autonomes. Nous ne négligeons pas non plus la vente en réunion à domicile ainsi que la vente de vêtements spécialement conçus pour les personnes à mobilité réduite ».

Lire aussi : [Définir les zones blanches commerciales dans l'agglomération de Vendôme](#)

Si le défi est relevé, ils espèrent pouvoir **embaucher** des commerciaux. En attendant, ils poursuivent leurs activités auprès de leurs clients en VPC.

La fabrication des vêtements printemps-été a débuté. Quant à la collection automne-hiver 2018-2019, elle est déjà prête, dessinée par Sophie Gonet, dans la droite ligne de son héritage familial.

Contact :

Betilor, ZAE Le Carrefour à Savigny-sur-Braye. Tél : 02 54 82 52 44.

## Les slips Eminence ont des difficultés à recruter

Par **Jean-Claude Bourbon**, le 19/12/2017 à 02h42

**Le spécialiste français des dessous masculins doit recruter une vingtaine de personnes par an, pour compenser les départs en retraite.**

**Son PDG, Dominique Seau, témoigne de sa difficulté à recruter.**



Alors que son carnet de commandes est plein, Dominique Seau, le PDG d'Eminence, le numéro un français des dessous masculins, a bien du mal à trouver des salariés. L'entreprise, qui est installée au pied des Cévennes, emploie 480 personnes dans l'hexagone, soit 60 % de ses effectifs, le reste se trouvant notamment en Roumanie et en Italie.

« Dans nos deux usines françaises, l'âge moyen est de 51 ans, avec 21 ans d'ancienneté, et un salarié sur cinq va partir à la retraite dans les cinq ans », explique Dominique Seau. Cette année, comme l'an prochain, l'entreprise devrait embaucher une vingtaine de personnes.

Eminence, qui devrait réaliser 129 millions d'euros de chiffre d'affaires cette année surfe sur la nouvelle vague du « Made in France » et doit faire face à une demande croissante, sous sa griffe mais également de la part d'autres clients. Elle assure ainsi à elle seule la moitié de la production de la marque Le slip français.

L'image d'un secteur sinistré

Mais le secteur du textile, qui a connu une véritable hémorragie d'emplois depuis les années 1980, n'a pas une bonne image. « C'est compliqué de convaincre des parents que cette filière à de l'avenir et qu'ils peuvent y mettre leurs enfants », souligne le patron d'Eminence. Selon lui, il est difficile aussi de faire venir dans le Gard des cadres, ingénieurs ou commerciaux, « notamment parce que les conjoints ont du mal à trouver un travail ».

### LIRE AUSSI : Qui crée des emplois en France aujourd'hui ?

Le département affiche un taux de chômage de 14 %, qui monte même à 25 % pour les moins de 25 ans, et chez Eminence, les rémunérations sont dans la fourchette haute de ce qui est proposé dans l'industrie gardoise. Chaque année, l'entreprise verse ainsi entre un et deux mois d'intéressement. Des primes sont accordées à ceux qui sont en poste et le salaire le plus bas démarre à 15 % au-dessus du smic.

Le manque de formation

Mais le vrai problème est l'absence de formation dans les métiers de la maille. Il n'existe plus en France de CAP ou de BEP pour fabriquer des slips, des boxers ou des tee-shirts. « Il y a bien des BTS, en particulier dans les matériaux souples, mais on ne peut pas remplir une usine avec des bacs + 2. C'est pour cela que nous avons besoin de développer l'alternance et l'apprentissage, en raisonnant au niveau régional, en termes de bassins d'emploi », affirme Dominique Seau, qui recherche cinq ou six apprentis.

Des métiers ont totalement disparu, comme celui de mécanicien pour les machines à coudre, indispensable au bon fonctionnement de l'usine. Confronté à un besoin urgent, Eminence a ainsi dû faire une offre aux mécaniciens de son site roumain pour venir en France, avec une rémunération cinq fois supérieure. Mais un seul a accepté et a débarqué dans le Gard avec sa femme, qui travaillait aussi dans l'entreprise.

Attirer des chômeurs

À défaut de trouver des jeunes, Eminence se tourne vers les personnes qui cherchent un travail ou veulent se reconverter. Dernièrement, la société a recruté un charcutier qui voulait devenir bonnetier, moyennant deux ans de formation. « *Mais ce genre de cas est assez exceptionnel* », reconnaît Dominique Seau.

**À LIRE : Pourquoi le chômage ne baisse-t-il pas ?**

D'une manière générale, Eminence s'appuie sur les services de Pôle emploi qui ont mis au point une technique « *de tests par simulation* » pour les métiers de couturier ou de couturière. Elle permet de mesurer la dextérité des candidats, mais aussi de détecter ceux qui ont un vrai savoir-faire en matière de confection, sans forcément en avoir conscience, ainsi que beaucoup de motivation. Sceptique au départ, Dominique Seau dit avoir été conquis par ce système.

Pôle emploi se charge de sélectionner les candidats. Sur une centaine de profils, une vingtaine d'entre eux est choisie. Ils suivent alors une première formation de quatre mois chez Eminence, avant de se voir proposer un CDI et une formation continue. Le dispositif est cofinancé par l'entreprise et par Pôle emploi.

Jean-Claude Bourbon

# Textile. Roc'han Maille tricote 23 000 vêtements par an

Modifié le 20/12/2017 à 17:02 | Publié le 20/12/2017 à 17:01

Écouter



Lire le journal numérique

Julie Schittly.

**23 000 pulls, gilets, cabans sont fabriqués chaque année à Rohan (Morbihan). A la tête de cette usine de tricots, l'une des dernières de Bretagne, trois associés et anciens salariés se battent pour durer.**

« **Notre pari était risqué, certains nous ont pris pour des fous.** » Roc'han Maille, usine de tricot de Rohan, revient de loin. En 2010, quatre de ses salariés reprenaient leur société, en liquidation judiciaire. « **D'un projet de sept salariés, nous sommes aujourd'hui à 23 contrats en CDI, dont 21 femmes.** »

A l'heure de leur huitième bilan, Delphine Le Roy, Gaëlle Le Mignon et Christophe Jouanno, les trois associés à la tête de l'usine, sont raisonnablement optimistes. 23 000 pulls, gilets, cabans, bonnets et écharpes en laine sortent de l'usine chaque année, « **dont 60 % partent à l'export, notamment vers les pays scandinaves.** »

Retrouvez notre rubrique [Export](#)

## Une méthode inchangée

« **Nous fabriquons aussi pour la collection Breizh Mod vendue dans les supermarchés Leclerc, détaille Christophe Jouanno. Nous nous adaptons aux demandes du client, une commande de pulls marins à partir de cinquante pièces par exemple. La méthode de travail est inchangée depuis les années 1960.** »

L'engouement pour le « made in France » et la qualité des tricots de Rohan ont fidélisé et développé la clientèle d'ici et d'ailleurs. Rien que dans son petit magasin d'usine, ouvert seulement deux fois quinze jours dans l'année, Roc'han Maille écoule 10 % à 15 % de sa production annuelle.

« **Il y a de l'avenir pour le textile en France, nous ne sommes qu'une dizaine d'entreprises à produire ici,** explique Christophe Jouanno. **Mais une collection ratée peut nous mettre en péril... Car entre l'achat de la laine et le paiement des pulls, il peut se passer six mois.** »

## Douze machines à tricoter

La matière première, arrivée d'Australie ou de Nouvelle-Zélande, est traitée par des filatures en Allemagne, en Autriche ou en Italie, « **car il n'y en a plus en France depuis la fermeture de Bergère de France, dans le Nord.** »

A Rohan, les pelotes passent dans des machines à tricoter. « **Nous en avons douze, dont six neuves.** » Un dos de pull en sort en six minutes. La maille, tricotée très serrée, est ensuite repassée puis coupée selon le patron conçu par la modéliste.

« **Grâce à une machine, nous pouvons découper jusqu'à trente épaisseurs. Une partie des déchets est recyclée en isolation ou en tapis de voitures.** » Les pulls et gilets sont ensuite assemblés à l'atelier couture, puis à nouveau repassés avant l'éventuelle pose de boutons, l'emballage et l'expédition.

La pérennité de l'entreprise est la priorité absolue des associés de Roc'han Maille. En tant qu'anciens salariés, ils n'ont pas oublié que les deux précédents repreneurs n'avaient tenu que cinq et sept ans. Même avec un chiffre d'affaires à plus d'un million d'euros, Roc'han Maille ne se repose pas sur ses lauriers.

## BALASANA : DES VÊTEMENTS DE YOGA ÉCOLOS ET 100% MADE IN FRANCE

Publié le 30 janvier 2018 à 10:10 | [DEMAIN](#) | 878 vues

*Lancée en novembre 2017 par Clara Daviet, Balasana est la toute première marque de vêtements de yoga pour femmes 100% made in France et respectueuse de l'environnement et de l'Homme.*

Né en Inde il y a plus de 4000 ans, le yoga fait aujourd'hui de plus en plus d'adeptes dans le monde. Ses atouts sont en effet nombreux. Cette pratique permet de se remettre en forme, d'acquiescer souplesse et équilibre via des enchaînements de postures. C'est aussi une discipline de l'esprit qui repose sur des pratiques respiratoires, de méditation et de relaxation profonde. Pour un esprit sain, dans un corps sain, le yoga est idéal. Mais encore faut-il avoir une tenue adéquate. Le yoga exige en effet des vêtements et matières spécifiques. Sur le marché, il existe de nombreuses marques. Or, lorsque l'on regarde de plus près les étiquettes, on s'aperçoit que certains modèles proposés sont fabriqués à l'autre bout du monde, issus d'une production peu responsable, et parfois conçus dans des ateliers aux conditions de travail plus que douteuses. Bien loin des valeurs du yoga qui prône le respect de l'autre et de l'environnement.

Pour être en accord avec celles-ci et ses propres convictions, Clara Daviet, une passionnée de Yoga de 27 ans, a donc eu l'idée de créer sa marque de vêtements, baptisée « Balasana ». Lancée en novembre 2017, celle-ci propose des leggings, des brassières et autres accessoires exclusivement faits en France et conçus avec des tissus respectueux de l'environnement et de l'Homme. « Les pantalons et brassières sont en polyester et lycra. Ce sont malheureusement des fibres synthétiques mais elles sont certifiées sans substances nuisibles pour l'environnement et la santé. J'ai cherché des fibres naturelles mais celles proposées sur le marché ne sont pas faites en France », nous explique-t-elle. Les tee-shirts et sweats sont eux en coton bio certifié GOTS. Quant aux teintures utilisées, elles sont aussi garanties sans substances toxiques. Et bonne nouvelle pour les véganes, les vêtements Balasana ne contiennent pas de laine, de soie ou de cuir.

La créatrice de Balasana travaille avec plusieurs ateliers installés aux quatre coins de l'Hexagone. Les tissus dits « techniques » (leggings, brassières) sont fabriqués à Lyon (Rhône) et ceux en coton près de Troyes (Aube). Les broderies sont effectuées dans les Alpes-Maritimes et le tissage des étiquettes dans les Bouches-du-Rhône. Le tout est ensuite envoyé dans un atelier vendéen. Les fabricants de tissus et l'atelier de production respectent tous une charte éthique et écoresponsable, c'est-à-dire qu'ils trient leurs déchets, limitent l'utilisation de l'eau, traitent leurs eaux usées et respectent leurs salariés.

### Objectif zéro déchet

Pour être cohérente dans sa démarche, la jeune femme basée à Cannes a également fait le choix d'exclure tout plastique de la chaîne de production. Elle reçoit tout dans des cartons et expédie les vêtements dans des pochons en toile de lin fabriqué en France. Petit plus : pour les concevoir, Clara sollicite d'ailleurs les talents de couturière de sa grand-mère ! Ceux-ci sont ensuite mis dans des cartons recyclables. « Je suis dans une optique zéro déchet », souligne-t-elle. Pour atteindre cet objectif, elle a aussi pensé aux étiquettes qui sont en papier ensemencé. « Il suffit de le planter et vous obtiendrez un plant de basilic, de menthe ou de persil ». Bientôt, les clientes pourront aussi renvoyer leurs vêtements qu'elles ne portent plus afin que les tissus soient réutilisés. « C'est en effet un système que j'aimerais mettre en place. Je recherche d'ailleurs actuellement un partenaire pour faire cela. »

Les atouts de Balasana ne s'arrêtent pas là. La marque s'est aussi associée à Reforest'Action. Pour deux produits achetés, un arbre sera planté en France. « Après votre achat, vous recevrez un mail et vous serez invité à aller planter virtuellement un arbre. À vous de choisir son emplacement. Ensuite, Reforest'Action s'en chargera », explique Clara.

### Une campagne de financement participatif lancée

Après avoir sorti une première collection, elle souhaite désormais en créer une seconde qui comprendra entre autres une combinaison, une veste et une polaire. Les nouveaux modèles pourraient cette fois-ci être conçus avec des teintures végétales et pourquoi pas avec uniquement des fibres naturelles fabriquées en France pour les leggings et les brassières. « J'espère que cela sera possible », souligne-t-elle. Quant à la production, celle-ci pourrait être relocalisée dans le sud de la France. « Je recherche un autre atelier afin de minimiser les transports, et par conséquent, les émissions de gaz à effet de serre. » Clara a des idées plein la tête, mais pour les réaliser, elle a besoin de fonds. Pour lancer sa nouvelle ligne, elle a décidé de solliciter l'aide des internautes. Elle a récemment lancé une campagne de financement participatif sur la plateforme Ulule. Sur l'objectif des 4800 euros, elle a déjà collecté un peu plus de 1100 euros.

« En créant Balasana, j'avais envie de montrer que nous pouvons mieux consommer, consommer "consciemment" tout en gardant un produit esthétique, élégant et confortable ». Pari relevé haut la main !

Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site de [Balasana](#). Et pour soutenir son projet, ça se passe [ici](#).

Marine VAUTRIN



Article sélectionné dans

La Matinale du 18/01/2018 [Découvrir l'application](http://ad.apsalar.com/api/v1/ad?re=0&st=359392885034&h=5bf9bea2436da250146b6e585542f4e74c75620e) (http://ad.apsalar.com/api/v1/ad?re=0&st=359392885034&h=5bf9bea2436da250146b6e585542f4e74c75620e)

## Le « made in France » peine à relancer les ventes de sous-vêtements masculins

Le succès des slips fabriqués dans l'Hexagone échappe aux hypermarchés, le premier circuit de vente.

LE MONDE ECONOMIE | 18.01.2018 à 17h18 • Mis à jour le 19.01.2018 à 06h35 | Par Juliette Garnier



A l'usine du Slip français, à Saint-Antoine-Cumond (Dordogne), en mars 2012. PATRICK BERNARD / AFP

Le succès du Slip français fait tourner les têtes. Tous les fabricants de sous-vêtements, réunis au Salon international de la lingerie, qui se tient à Paris du samedi 20 au lundi 22 janvier, rêvent de rencontrer le succès de Guillaume Gibault. La marque qu'il a fondée en 2011 a doublé son chiffre d'affaires en 2017, à 15 millions d'euros. Elle atteint, pour la première fois, l'équilibre d'exploitation. « *En 2018, les ventes excéderont 25 millions d'euros* », assure Emmanuel Pradère, cofondateur d'Experienced Capital, fonds actionnaire du Slip français depuis 2016.

La marque est parvenue à convaincre les Français de dépenser plus pour enfiler tous les jours un slip fabriqué dans l'Hexagone. Son challenger, Garçon français, marque fondée par Vicky Caffet à la fin de 2012, profite aussi de cette mode, qui oblige à dépenser entre 30 et 40 euros pour un sous-vêtement.

Leurs sous-traitants s'en frottent les mains. A Troyes, dans l'Aube, Garçon français fait tourner deux PME, dont EMO pour ses sous-vêtements. Dans le Nord, autre creuset de la bonneterie, Lemahieu, fournisseur du Slip français, a vu son activité croître de « *15 % en 2017, après 11 % en 2016* », annonce Edith Lemahieu, directrice générale de la PME fondée en 1947 à Saint-André-lez-Lille. Elle estime que « *2018 sera [leur] troisième année de progression. Ce sera au moins 11 %* ». L'entreprise, qui emploie cent personnes, embauche en conséquence. A l'autre bout de la France, à Sauve (Gard), l'usine Eminence, autre sous-traitant du Slip français, fait de même.

Guerre des prix

Mais le succès de ces produits chers ne suffit pas à raviver le marché. En 2017, les ventes sont restées stables en volume, et « *ont reculé de 4 % en valeur* », souligne Hélène Janicaud, directrice du service fashion du cabinet d'études Kantar Worldpanel. En filigrane, les difficultés des hypermarchés : ils ne représentent plus que 8 %...

## Un couple d'Isérois lance la marque Le Pull Français

Mercredi 17 janvier 2018 à 19:16

Par **Véronique Pueyo**, France Bleu Isère

On connaissait le slip français, voilà maintenant le pull français ! C'est la belle aventure d'un couple d'isérois, Sandra et Florent Bardisa, qui, il y a un an, crée sa propre marque : Le Pull Français, une collection de pulls 100% made in France, depuis ses bureaux de Saint-Egrève.



Sandra et Florent Bardisa ont créé la marque Le Pull Français © Radio France - Véronique Pueyo

[Saint-Egrève, France](#)

Sandra, 38 ans, et Florent, 44 ans, sont mariés, ils ont quatre enfants et ils travaillent ensemble, depuis toujours, dans la confection et la vente de vêtements de sport sur internet. Alors comment l'idée de fabriquer des pulls 100 % français leur est-elle venue ?

### Tout est parti d'un cadeau d'anniversaire

C'est Sandra qui raconte : *"Pour l'anniversaire de Florent, je lui ai offert un très beau pull. Mais quand il a regardé l'étiquette, c'était Made in China. Il était déçu. Et puis le lendemain, il m'annonce qu'on va fabriquer nous-mêmes des pulls 100% français. J'ai cru à une blague, mais non, il était très sérieux !"* se souvient la jeune femme.

### Des pulls fabriqués à Roanne

Si la laine -92 % mérinos, 8 % cachemire- est fabriquée en Italie, Florent se met en quête de trouver dans la région de vrais savoir-faire de qualité : *"L'usine qu'on a choisie est basée à Roanne, dans la Loire. Elle a un savoir-faire traditionnel et fait du remailage à la main, c'est-à-dire l'assemblage du col, des manches, des bords-côtes. Les coffrets dans lesquels on expédie les pulls sont faits à Nantua, dans l'Ain. Les étiquettes viennent de Saint Etienne et les boutons, gravés au nom de la marque, de Patornay, dans le Jura !"*



Un pull français tricolore - Le Pull Français

Sandra et Florent ont voulu leurs pulls chics, urbains, à porter en toutes occasions. Ils ont imaginé les formes, les coloris. Certains portent des noms piochés chez Pagnol, Marius, César, Ugolin. Mais ce qui marche bien ce sont les pulls tricolores : " *Pour les femmes, le pull s'appelle Marianne, et Clovis, pour les hommes ! Les coloris sont marine, écru et bordeaux, ou groseille* " explique Sandra et Florent enchaîne : " *Cette année, ce qui marche bien aussi, c'est la couleur vert émeraude pour les femmes et orange brûlé pour les hommes* "

### Le Made in France séduit de plus en plus

Le 100 % français a un coût, il faut compter entre 149 et 199 euros, selon les modèles. Mais les créateurs sont persuadés qu'il y a une clientèle pour le made in France. Florent en est certain : " *Ce sont des gens qui partagent nos valeurs. Acheter Français, cela a du sens. Et puis si le succès arrive, on pourra baisser nos coûts et embaucher. Pour l'instant, on n'est que tous les deux !* "



Un pull pour tous les jours - Le Pull Français

Sandra complète : *"C'est pour ça qu'on est en circuit court. Tous les achats se font sur notre site internet. On a dû faire un emprunt, nos amis nous ont aidés. Il y a parfois de la pression mais c'est aussi un grand plaisir de faire vivre cette marque !"*

Depuis la création de la marque Le Pull Français, il y a un an, Sandra et Florent ont vendu 400 pulls, en France mais aussi en Suisse, en Belgique ou au Luxembourg. Ils préparent eux-mêmes les colis, expédiés sous quarante-huit heures. *"Et si une star veut porter l'un de nos pulls, pour faire connaître notre marque, ce sera avec joie !"* lâche, avec humour, Florent.

ACCUEIL AGRICOLE MARITIME TERRITORIALE DOSSIER VIDÉOS AGENDA

# Bretagne Bretons

L'ACTUALITÉ  
ÉCONOMIQUE  
AUTREMENT

TERRITORIALE



## Le Ciré Cotten voyage de mieux en mieux

1 février 2018, Bretagne Bretons, 2 498 Vues, 0 Commentaire

Avec la marinière, c'est l'un des vêtements emblématiques de la Bretagne. Le ciré Cotten symbolise les grandes balades en Bretagne, la météo capricieuse mais aussi le célèbre adage de Kersauson qui affirme qu'en Bretagne, la pluie ne mouille que les cons. Surtout ceux qui n'ont pas un ciré sur le dos.

A l'heure où la mondialisation galopante bouscule les traditions vestimentaires, le ciré Cotten continue à bien tracer sa route, même s'il n'y a pas de ministre pour l'enfiler et poser avec une montre et une Moulinex pour vanter triplement le Made in France. Le ciré est toujours aussi solide et, de toute évidence, il voyage de mieux en mieux. A l'export, il s'ouvre même de telles perspectives que l'entreprise basée à Trégunc, à un jet d'eau de Concarneau, a décidé d'investir dans un nouveau bâtiment de 4.700 M2, sur un terrain vague de la commune. Les travaux débutent et dans un an, c'est ici que sera transférée toute l'activité de production du célèbre ciré. Le bâtiment actuel continuera à abriter les locaux administratifs et des réserves de stockage.

Cet investissement de 5 millions d'euros de la société Guy-Cotten répond à une augmentation du volume de la demande, notamment à l'export où la marque s'est fait un nom, plus portée par le Made in France que par sa production en Bretagne. Normal, dans les pays lointains, comme l'Afrique-du-Sud que la direction cite parmi les pays les plus prometteurs.

Avec 130 salariés et 13 millions de chiffre d'affaires, le ciré Cotten reste une des valeurs sûres de la production bretonne. Qu'elle se sente aujourd'hui à l'étroit dans ses locaux ne peut que réjouir toute la Bretagne, tant ce vêtement est porteur de valeurs et de liens.

Bretagne Bretons



### POPULAIRES



**Le Fur à Mur. Retour d'étoile en Centre-Bretagne**



**Bretagne. Les chefs d'entreprise confirment bien une reprise**



### L'EDITO DU LUNDI

TGV. LE FINISTÈRE REMET LA PENDULE À 3

HEURES

On resonance le tocsin ! Souvent à l'avant-garde de la contestation bretonne, les Finistériens veulent à nouveau se mobiliser pour qu'une vieille promesse, faite par Jean-Yves Le Drian lui-même, ne tombe pas aux oubliettes. Mettre Brest et Quimper à 3 heures de Paris. La mise en service du nouveau tronçon LGV entre Le Mans et Rennes...

[Lire la suite >](#)

### L'AGENDA

• 16/02 22ÈME SALON DU TOURISME

16/02 À 08:00 - 18/02 À 17:00  
Parc Expo / Rennes

• 17/02 SALON DES STARTUPS DE L'OUEST

17/02 À 08:00 - 17:00  
Carré Rosengart / Saint-Brieuc

### POPULAIRES



**Le Ciré Cotten voyage de mieux en mieux**

DIY

## TÉMOIGNAGE : "J'AI FONDÉ MA MARQUE DE CRÉATION TEXTILE 100% MADE IN FRANCE"

Publié le 16 février 2018



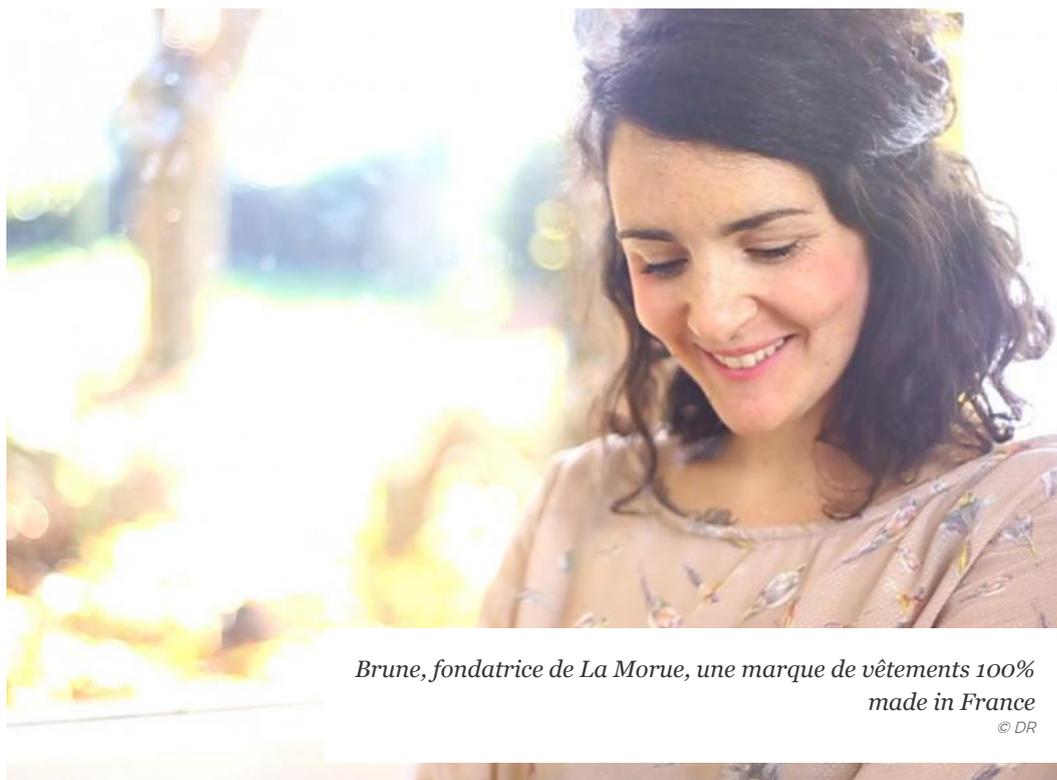
Rédaction

Lait de coco : recettes e...

Contraception : bien co...

FemininBio recherche u...

Tous ses articles



*Brune, fondatrice de La Morue, une marque de vêtements 100% made in France*

© DR

## Brune vit en Bretagne, loin du stress de la ville. En pleine nature, elle a créé La Morue, une marque de vêtements pour femmes uniques et originaux, en matières naturelles et bio. Passionnée, elle témoigne de son aventure professionnelle.

Après plusieurs années passées en ville où je travaillais dans le prêt-à-porter pour femmes, j'ai pris la décision de **donner un autre sens à ma vie** et de partir m'installer en campagne, au calme et de cohabiter avec les oiseaux, les renards et autres animaux vivant autour de chez moi. J'ai décidé de tout plaquer pour partir faire un petit tour du monde.

A mon retour, il m'est apparu clairement que mon ancienne profession n'était plus en accord avec ma façon de penser et j'ai décidé de créer mes propres vêtements, lassée de voir une pièce que je trouvais originale sur toutes mes collègues. Les normes de la mode et la standardisation des looks avaient eu raison de ma passion pour le métier.

### Au-delà du déclic, passer à l'action

L'envie de créer mes propres vêtements était latente. Ma tante est couturière et toute petite, j'étais fascinée par sa machine à coudre et tous les travaux qu'elle réalisait pour nous. Ma **grand-mère** a, elle aussi, joué un rôle important puisqu'**elle nous tricotait** à ma sœur et moi des pulls, pas toujours à la mode, mais que nous adorions parce qu'ils étaient uniques !

C'est à mon retour de voyage que cette envie de créer s'est concrétisée. J'ai investi dans du matériel et j'ai décidé de confectionner mes propres vêtements, des vêtements qui me ressemblaient. J'ai donc consulté ma Tati, souvent de bons conseils et elle m'a enseigné les bases du patronage et de la **couture**. Aujourd'hui encore, elle est toujours là pour m'aider. C'est une perfectionniste qui ne pardonne pas les approximations ce qui m'a obligé à devenir très exigeante envers moi-même.

La Morue est une marque de prêt-à-porter et accessoires féminins. L'atelier est installé chez moi, en campagne bretonne, dans ma petite maison nichée au milieu des arbres.

### Une mode en mode slow

Je ne prétends pas révolutionner l'univers de la mode, je propose aux femmes des vêtements simples et faciles à porter, adaptés à la vie quotidienne et de retrouver le plaisir d'avoir un vêtement unique qu'elles ne verront pas sur leur voisine ou leur collègue de bureau.

A travers mes vêtements, je leur propose d'être unique et d'**exprimer leur personnalité à travers des imprimés et des couleurs**. J'ai choisi de réaliser des modèles simples, faciles à porter dans la vie de tous les jours car bien souvent, les vêtements que j'avais n'étaient pas compatibles avec la vraie vie : trop serrés, trop courts, trop compliqués à porter...

L'idée des vêtements La Morue est de pouvoir aller travailler, sortir dîner ou faire ses courses tout en étant coquette et bien dans ses vêtements qui sont proposés en mini-série (qui correspondent en réalité à une pièce déclinée dans plusieurs tailles allant du 34 au 42) ou en modèle unique.

Je travaille un maximum avec des matières naturelles comme la viscose et autres tissus biologiques lorsque j'en trouve, et mes machines fonctionnent à l'énergie solaire. Après une première année stimulante et encourageante durant laquelle j'ai eu le plaisir de voir des femmes se trouver belles et singulières dans des vêtements que j'avais fabriqués moi-même, j'ai acquis la certitude que j'avais ma place dans ce domaine et c'est là ma plus grande motivation !

### Retrouvez les créations de Brune sur le site de La Morue

---

**Thème** Mode éthique

---

**Dossier** Changer de vie !

---

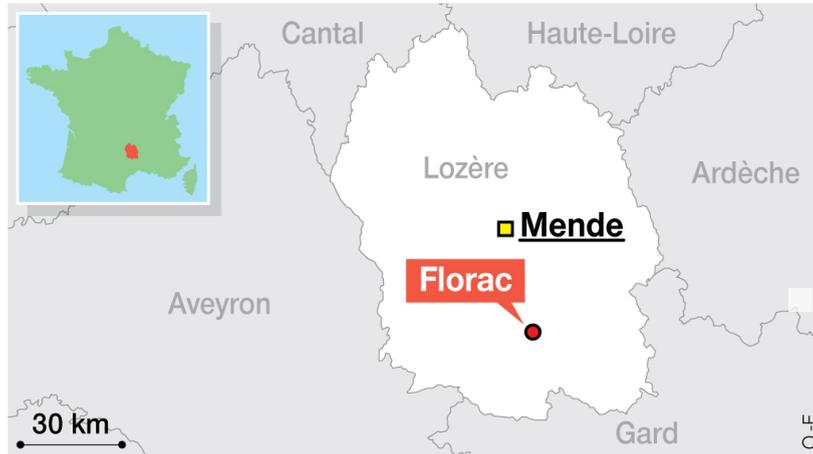
**Mots-clés** témoignage mode éthique DIY

---

# Chez Tuffery, plus ancien fabricant de jeans français

CORRESPONDANCE, STÉPHANE DUBROMEL

C'est l'emblème de l'Amérique, pourtant il a des racines françaises et cévenoles. Reportage dans l'atelier Tuffery, le plus ancien et le dernier fabricant de jeans de l'Hexagone.



Réussir à trouver l'origine exacte du jean, c'est un peu comme se demander qui de l'œuf ou de la poule était là le premier. Une partie de la réponse se trouve à Florac, bourg coincé en bas du causse Méjean et du Mont Lozère, point culminant à 1 699 m d'altitude. Ici, l'atelier Tuffery travaille les jeans depuis 1892.

« Il y avait un gros projet de ligne de chemin de fer traversant les Cévennes, de la main-d'œuvre à habiller pendant dix ans, avec un tissu économique, résistant et confortable. Célestin Tuffery devait fabriquer un pantalon de bon sens », raconte Julien Tuffery, quatrième génération à la tête de l'entreprise depuis 2014.

## Voiles de bateau

Dès le XVI<sup>e</sup> siècle, la ville de Gênes produit un tissu robuste de laine et de lin teinté en bleu, dont on fait des voiles et des bâches. Il s'exporte partout et prend le nom de « jeans » (anglicisme de Gênes). Il arrive même aux États-Unis où un certain Levi Strauss le vend comme bâche dès 1853. Vingt ans plus tard, il y mettra des rivets et y taillera des pantalons, donnant naissance aux blue-jeans modernes, le célèbre 501 étant, lui, breveté en 1890.



L'atelier Tuffery dans les Cévennes fabrique des jeans depuis 1892. (Photo : Stéphane Dubromel)



Travail de découpe de la toile brute. (Photo : Stéphane Dubromel)



Jean-Jacques Tuffery, père de Julien, trace une forme qui est ensuite découpée. (Photo : Stéphane Dubromel)



Cela donne le matelas qui part ensuite à l'assemblage. (Photo : Stéphane Dubromel)

Pendant ce temps, et depuis pas mal d'années, on travaille à Nîmes un tissu de coton et de soie teinté naturellement à l'indigo, sorte de copie de la toile de Gênes. C'est ce sergé appelé « de Nîmes » qui est considéré comme le véritable « jeans ». Sans le savoir, Levi Strauss et Tuffery travaillent la même matière, le « denim », qui devient ensuite 100 % coton. Et pour les mêmes personnes : les travailleurs.

À Florac, on produit de plus en plus. **« L'influence américaine se fait sentir, les jeans deviennent à la mode. L'atelier compte jusqu'à 60 employés, retrace Julien Tuffery. À partir de la troisième génération, cela devient plus pénible : en 1983, une paire de jeans asiatique coûte 1 000 fois moins cher à produire... En une semaine, l'effectif du grand atelier passe de soixante à trois, les trois frères Tuffery. »**

Hérésie, ils vendent du jean étranger, mais l'atelier reste et confectionne à la demande pour une petite centaine de clients historiques et obstinés. La marque, elle, reste réputée.

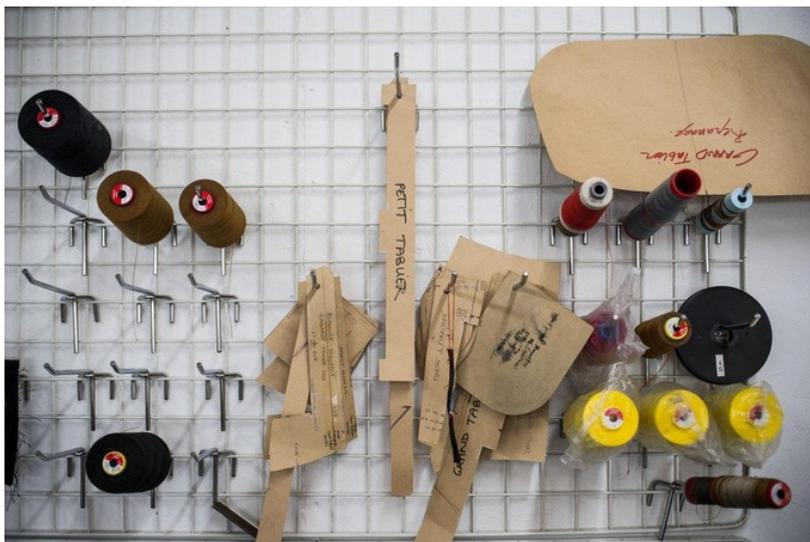
## Nouveaux consommateurs

Les consommateurs changent, veulent du vrai, sont prêts à faire des centaines de kilomètres dans la brousse pour trouver un produit authentique. Alors la production repart à 500 jeans par an au début des années 2000.

**« De marginaux, les frères Tuffery sont devenus à la mode. »** Internet et le commerce en ligne ont dopé cela. **« Les trois frères étaient 100 % savoir-faire et 0 % communication. Il fallait le faire savoir. »**



Dans l'atelier, les couturières travaillent sur d'anciennes machines et assemblent chaque pièce à la main. (Photo : Stéphane Dubromel)



Dans l'atelier, des bobines de fils et modèles de découpe. (Photo : Stéphane Dubromel)



Dans la section finitions de l'atelier, des boutons prêts à être assemblés. (Photo : Stéphane Dubromel)



Expédition des commandes. (Photo : Stéphane Dubromel)



Jean-Jacques Tuffery et Julien Tuffery. (Photo : Stéphane Dubromel)

Julien et sa compagne Myriam sentent que le vent tourne, et plaquent alors leur métier d'ingénieurs pour l'entreprise familiale. En 2017, Tuffery a vendu 7 000 jeans en vente directe. Et compte 10 employés. Polyvalents et fiers de cette réussite. « **Cette matière est si différente, raconte Lou, 19 ans, la plus jeune. Ici, j'ai tout réappris, on passe d'un tissu très fin à une bâche, travaillé sur de grosses machines.** »

Jean-Jacques Tuffery, lui, coupe la toile fournie localement, mais aussi venue d'Italie et du Pays Basque, et réalise le matelas qui sera assemblé. Le livret d'accueil précise que si tout le monde disparaît, alors une personne seule peut reprendre l'entreprise. « **On est repartis pour un siècle** », s'amuse Julien Tuffery, avant d'expédier les commandes en attente.

iPhone X

L'exceptionnel iPhone X est là.  
Disponible chez Orange.

Acheter

orange

DAS: 0.96W/kg

ACCUEIL / ÉCONOMIE ([HTTP://WWW.EUROPE1.FR/ECONOMIE](http://www.europe1.fr/economie))

# Made in France : les chaussettes Labonal sont sauvées

© 18h17, le 21 février 2018, modifié à 18h56, le 21 février 2018

AA



Née dans les années 1920, Labonal avait appartenu au groupe Kindy qui voulait la fermer, mais elle a été sauvée en 1999.@ AFP

Partagez sur :

**Labonal, l'un des derniers fabricants français de chaussettes, pourra poursuivre son activité grâce à sa sortie de redressement judiciaire.**

Labonal, l'un des derniers fabricants français de chaussettes, pourra poursuivre son activité grâce à sa sortie de redressement judiciaire, a-t-on appris mercredi auprès de sa direction.

Le tribunal de grande instance de Colmar, dans le Haut-Rhin, a validé, mardi, le plan de continuation qui signifie la poursuite d'activité de l'entreprise basée à Dambach-la-Ville, dans le Bas-Rhin, ont indiqué Dominique Malfait, PDG de Labonal, et Me Nathalie Guyomard, administrateur judiciaire. Le fabricant avait été placé en redressement judiciaire le 21 mars dernier. Son sauvetage a toutefois impliqué la suppression de dix postes ces derniers mois, ramenant ses effectifs à 90 salariés, a signalé Dominique Malfait.

**La perte d'un client a été "plus que compensée".** Cette "restructuration", ainsi que la remontée du chiffre d'affaires et l'augmentation de l'activité sous marque Labonal, synonyme de meilleures marges, ont été les évolutions survenues depuis onze mois qui ont permis de sortir du redressement judiciaire, a exposé Dominique Malfait. La perte d'un important client de la grande distribution a été "plus que compensée", a-t-il ajouté.

(<http://www.invibes.com>)

ACTUALITÉ DES MARQUES

**DIM**

**Profitez de -30% dès 50€ d'achats sur dim.fr**

Sur les nouvelles collections, en exclusivité avec le code LIBRE30 !

(//paid.invibes.com/redir/?

t=hDYENo8lygm3dLx1Z0tLnI9GmuxRp58AhVi6bWlJGQOAm3QA4r\_9PNONicdmTu9TFg6KatTRQe24Sj7CWvDm4WUD6CJwpcGuODN-0H2FZZ8%3d&to=https%3A%2F%2Fwww.dim.fr%2F%2Ffemme-10000%2F%3Futm\_campaign%3Dcampagne-marque%26utm\_source%3Dinvibes%26utm\_medium%3Ddisplay%26utm\_content%3Daudience-mode%26src%3Dlibre30%26ord%3D1521630260709)

**Plus de 70% du chiffre d'affaires réalisé sous la marque Labonal.** En 2017, le chiffre d'affaires a progressé de 8,5% pour atteindre 7,25 millions d'euros, soit un niveau "proche" de celui de 2015, avant un recul en 2016, a poursuivi le dirigeant. Labonal réalise désormais plus de 70% de son chiffre d'affaires sous sa propre marque, qui est vendue auprès de détaillants, des magasins comme les Galeries Lafayette et Monoprix et dans ses six propres points de vente en Alsace, à Besançon, dans le Doubs et à Paris, a-t-il précisé. Le plan de continuation va permettre de poursuivre cette évolution, notamment par l'ouverture d'un à deux nouveaux magasins Labonal par an, et de développer les ventes à l'export et sur le web, selon Dominique Malfait.

**Un groupe sauvé en 1999.** Née dans les années 1920, Labonal (La Bonneterie Alsacienne) avait appartenu au groupe Kindy qui voulait la fermer, mais elle a été sauvée en 1999 par sa reprise par un groupe de cadres dont Dominique Malfait. Sa marque est symbolisée par une panthère. Elle est l'une des PME françaises indépendantes fabricantes de chaussettes, avec Tricotage des Vosges (marques Bleu Forêt et Olympia) à Vagney, dans les Vosges, et Perrin à Montceau-les-Mines, en Saône-et-Loire.

#### **SUR LE MÊME SUJET :**

**Consommation Made in France : "C'est particulièrement simple pour l'alimentaire"**

(<http://www.europe1.fr/societe/consommation-made-in-france-cest-particulierement-simple-pour-lalimentaire-3488285>)

**Macron s'habillera en Made in France** (<http://www.europe1.fr/politique/macron-shabillera-en-made-in-france-3483026>)

**La nouvelle DS présidentielle, un véhicule de haute technologie made in France** (<http://www.europe1.fr/politique/la-nouvelle-ds-presidentielle-un-vehicule-de-haute-technologie-made-in-france-3330524>)



Par **Rédaction Europe1.fr** avec AFP

**ALSACE (/DOSSIERS/ALSACE)**

**JOHN ET PATRICK COLLISON, LES PLUS JEUNES MILLIARDAIRES DU MONDE**



Publié le jeudi 22 février 2018 à 18h31min par [Agnès Fremiot](#)

## Miracle, la marque de streetwear 100% occitane et Made in France

> Miracle, la bien nommée, est une marque de streetwear haut de gamme créée à Lourdes. Elle mise sur son étiquette Made in France pour se développer en France et à l'international.



Originaire de Lourdes, Gaëtan Duchateau porte un projet ambitieux, celui de créer une marque de vêtements streetwear haut de gamme, made in France. Son nom était tout trouvé, presque prédestiné : Miracle ! Un clin d'œil à sa ville de naissance mais aussi un défi lancé au destin. « Il faut savoir provoquer son miracle », tel est son credo. « La France véhicule à l'étranger une image de qualité sur laquelle je souhaite miser », explique-t-il.

Pour développer son projet et produire ses créations, il a donc cherché une entreprise textile proche géographiquement de Toulouse. C'est à Castres qu'il a trouvé la perle rare. Il a ensuite déposé sa marque en nom propre et créé sa société DG Textile, qui l'exploite. Miracle propose des tee-shirts, des sweats, des bonnets et toute une gamme d'accessoires. Les collections sont vendues en ligne, mais aussi dans deux boutiques à Limoges et à Lille.

### Une levée de fonds en perspective

Gaëtan Duchateau a déjà de très grandes ambitions pour sa marque. Son objectif à moyen terme est de se faire connaître et d'établir des partenariats avec plusieurs enseignes. Il a déjà créé deux collections disponibles dans un nombre d'unités limitées. « Je ne souhaite pas que tout le monde s'habille de la même façon et j'aimerais créer la demande. » Il cherche aujourd'hui à réunir 25.000 euros pour pouvoir participer à tous les salons dédiés aux sneakers et au streetwear en 2018, et ainsi accroître sa visibilité et trouver de nouveaux revendeurs en France et à l'étranger. D'ici un ou deux ans, il se lancera dans une levée de fonds plus importante, de l'ordre de 1 ou 2 millions d'euros pour s'étoffer encore.

### Amener à la reconnaissance du « véritable Made in France »

Le jeune homme se bat aujourd'hui pour la reconnaissance du « véritable Made in France ». Un sujet qui le passionne et dans lequel il aimerait s'investir. « Un produit doit aujourd'hui subir un audit mené par des organismes indépendants pour être labellisé, ce qui a un coût, sans pour autant refléter forcément la réalité. Ainsi la loi impose que 45% du prix du revient émane de France, ce qui conduit à des abus. » En attendant, Miracle ambitionne de doubler son chiffre d'affaires chaque année et de recruter, dans un proche avenir, un commercial et un modéliste.

*Agnès Fremiot*

*Sur la photo, Gaëtan Duchateau, le créateur de la marque Miracle. Photo : Hélène Ressayres - ToulÉco*



Pull-over en grosse  
maille à motifs chics  
pailletés  
79,99 €

Acheter



LOG IN



Recherche...



**Fil info** Nancy : des rosalias au parc de la Pépinière

## À NANCY, DAVY DAO RÉINVENTE LE JEAN « MADE IN FRANCE » AVEC DU LIN

avril 10, 2018 Écrit par CS Publié dans **Mode**



Le DAO DenimLin, innovation française de Davy Dao - photo DR

**MODE.** Du jean durable et haut de gamme fabriqué en plein coeur de Nancy grâce à un procédé innovant et écolo basé sur une composition en lin. C'est le concept de la petite entreprise Dao, du nom aussi de l'artisan qui l'a inspiré...

Un jean cultivé, teinté, tissé et fabriqué en France ! Pas de doute, l'idée du Nancéien Davy Dao était bonne. Après un peu plus de deux années de développement pour le projet, le jeune homme s'est lancé en se spécialisant dans la fabrication de jeans brut selvedge. À la clé, une collection DenimLin s'appuyant sur plusieurs caractéristiques de choix dont en première ligne celui du savoir-faire « made in France ».

Les vêtements ciblés hauts de gamme sont créés grâce à l'implication d'entreprises françaises et fabriqués au 5 rue Saint-Nicolas à Nancy, une adresse où l'on trouve à la fois la boutique et l'atelier. Pour ce qui est du concept, le créateur de l'entreprise explique simplement avoir voulu donner du sens à ses produits fabriqués afin de « proposer une alternative à l'offre majoritairement disponible sur le marché ». Car de la qualité de fabrication, la jeune marque en a fait son credo. Alors que « certaines marques se sont complètement désintéressées de la confection, nous en avons fait notre ADN », insiste Davy Dao.

**EN VIDÉO - RENCONTRE AVEC LE FONDATEUR**

## Innovation française : le créateur Davy Dao réinvente le jean avec du lin



### Un jean artisanal composé de 97 % de lin et 3 % d'élasthanne

La vraie innovation réside dans sa matière première. Si le jean est l'une des filières les plus polluantes de l'industrie textile à cause de ses pesticides, consommation d'eau ou rejets de gaz carboniques, l'entrepreneur s'est très tôt engagé pour une composition beaucoup moins lourde et nuisible pour l'environnement en substituant le coton par du lin. Une alternative écologique, éthique et responsable puisque la plante ne nécessite aucune irrigation, si ce n'est de l'eau de pluie.

« Pour un kilo de coton, il faut entre 5000 et 10 000 litres d'eau. On voulait se passer de ça et se différencier, c'est pour cette raison qu'on a choisi une plante relativement locale. 60 % du lin pousse en France, du coup on a décidé de capter cette matière première pour en faire un denim », résume Davy Dao.

L'idée a pris son temps pour aboutir et a fait l'objet de recherches « parce que le lin a tendance à rétrécir lorsque vous le lavez. Il a fallu trouver un tisseur pour le stabiliser et insérer de l'élasthanne », ajoute l'entrepreneur.

Au procédé vertueux, concret sur le plan environnemental puisqu'il permet tout de même d'économiser en eau l'équivalent d'une demi-piscine olympique pour l'élaboration de 100 jeans, s'ajoute une préférence affichée pour le local. La confection du denim privilégie en effet des entreprises toutes situées à moins de quatre heures de Nancy. Parmi la pluralité de processus, citons la teinture du denim effectuée dans le département du Nord à la Gorgue pour être rapatrié du côté de Rupt sur Moselle chez Valrupt Industrie afin d'être tissé. Le tissu revient ensuite sous forme de rouleau pour être travaillé à la boutique. Un tracé et une transparence qui ont permis à l'entreprise de décrocher sa certification IMF (Information sur le Made in France) décernée par les Douanes françaises.

### Le succès du financement participatif

Pour lancer la production, les internautes souhaitant soutenir le projet ont été invités à contribuer à l'aventure par le biais d'un financement participatif lancé sur [la plateforme de crowdfunding Ulule](#), en échange de contreparties diverses intégrant une carte de remerciement pour quelques euros jusqu'à la commande de jeans, t-shirts ou vestes de la collection pour homme ou femme. En deux jours, l'objectif de 10 000 € a été largement dépassé puisqu'il a d'ores et déjà franchi la barre des 80 000 € alors qu'il reste encore 15 jours avant la clôture du financement.

Une innovation française qui pourrait ensuite s'exporter. Quelques contributeurs sont à l'étranger comme en Belgique ou l'Australie, concède Davy Dao, évoquant d'abord une évolution en France avant de s'intéresser à l'étranger...

DAO DAVY - Made in France - 5 rue Saint Nicolas 54000 Nancy

### Contenus sponsorisés



**L'astuce infailible pour garder ses vêtements plus longtemps**

Elle pour Electrolux



**Quand les stars en montrent un peu plus que prévu**

Voici



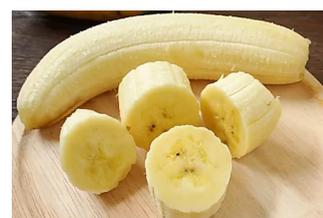
**[Infographie] Ce que l'environnement de travail peut apprendre de l'hôtellerie**

Experts\_FM



**Camping car insolite : le top 2018**

Automoto, magazine auto et moto



**La solution naturelle pour mincir approuvée par des dizaines de chercheurs**

La Méthode Hollywood



A la une Economie

## AIMARGUES Éminence : la visite d'usine en photos

Suivez le fil et Dominique Seau, le PDG de ce fleuron économique gardois !

Florence Genestier • 24 avril 2018 0 543 1 minute de lecture



Dominique Seau s'amuse à poser devant la publicité maison Athéna (photo Florence Genestier/Objectif Gard).

**On ne présente plus la société Éminence aux Gardois. Établie à Sauve et à Aimargues, ce fleuron du textile et des sous-vêtements est contrôlé depuis 2011 par le fonds d'investissement LBO France. Un fonds, qui devrait, selon les informations du journal *Le Figaro* en date du 8 avril dernier, passer aux mains du groupe industriel israélien Delta Galil dans l'année. Des négociations sont actuellement en cours mais rien n'est encore signé.**

Avec ses deux usines gardoises, Éminence reste une affaire très rentable, ce qui se traduit sur le terrain local par une quête d'innovation incessante. Présidée par Dominique Seau depuis 2007, né à Bagnols sur-Cèze en 1965, l'entreprise a un ADN gardois qui n'est plus à démontrer. Dominique

Seau se souvient que cela a fait partie des critères de son recrutement, beaucoup de dirigeants de son niveau ne pouvant guère se passer de Paris. Si pour des raisons pratiques, il demeure près de l'aéroport montpellierain, son enracinement local ne se discute point. Née en 1944, Éminence s'est exilée de Nîmes en Petite Camargue suite à un désaccord politique qui l'empêchait de s'agrandir... Depuis, l'entreprise se porte bien, assure la qualité **"made in France"** pour nombre de produits de haut de gamme avec Éminence ou plus abordables avec sa sous-marque Athéna (dont on a fêté les cinquante ans en 2012), distribuée en grande surface.

Tant pis pour les Nimois et tant mieux pour la Petite Camargue. L'entreprise a toutefois été obligée de mettre sur pied un partenariat de formation et de recrutement spécialisé avec Pôle Emploi afin d'embaucher un personnel rompu aux méthodes de couture et confection ou d'assurer leur formation, qui reste une rareté à détecter. Le personnel est local, hyper spécialisé, très expérimenté et motivé. Fidèle à l'entreprise et à ses valeurs, et vieillissant aujourd'hui (une vingtaine d'années de présence en moyenne). Une expérience qui fait à la fois la richesse du modèle mais pose d'autres problèmes de recrutement aujourd'hui, même si la mobilité interne de poste à poste est encadrée et encouragée.

Comme on est curieux, on a décidé de découvrir l'intérieur de l'usine d'Aimargues et comme on ne fait jamais les choses à moitié à @ObjectifGard, c'est Dominique Seau lui-même qui nous a servi de guide. Suivez le PDG !



*Dominique Seau devant la première machine à tricoter conçue par les créateurs de l'entreprise. Elle figure dans le hall de l'immeuble administratif (photo F.G./OG).*



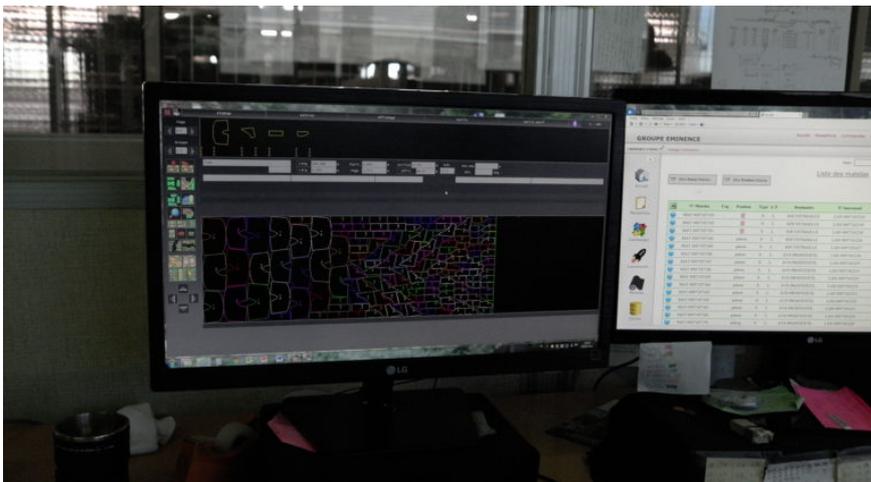
*En 2018, l'évolution des tricoteuses (photo F.G./OG).*



*Les bobines de fil, avant le tissu  
(photo F. G./OG).*



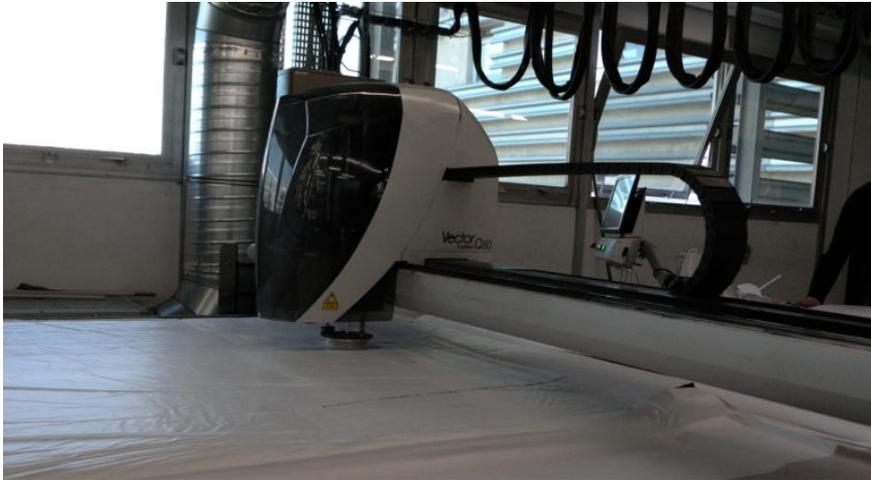
*Au laboratoire, lors des tests, les tissus sont martyrisés à outrance jusqu'à la résistance ultime mais c'est pour le bien des futurs acheteurs (photo F.G./OG).*



*Un logiciel de découpe, piloté par un employé qui a connu tous les postes de confection avant de s'atteler à l'informatique, vise à limiter au maximum les pertes (photo F.G./OG).*



*La bande de tissu est en place, la découpe peut commencer (photo F.G./OG).*



*Le robot découpeur, une technologie made in France (photo F.G./OG).*



*Étape couture et assemblage (photo F.G./OG).*



*Dans l'immense entrepôt d'envoi des commandes (photo F. G./OG).*



*Préparation de la mise en rayon pour les magasins partenaires (photo F.G./OG).*



*Des bobines et des hommes... (photo F.G./OG)*

**Florence Genestier**

À relire, le [7h50 de Dominique Seau \[http://www.objectifgard.com/2018/01/22/le-7-50-de-dominique-seau-p-dg-deminence/\]](http://www.objectifgard.com/2018/01/22/le-7-50-de-dominique-seau-p-dg-deminence/) à l'occasion du Salon de la lingerie 2018.

Le site de l'entreprise [ici \[https://www.eminence.fr/la-marque-eminence\]](https://www.eminence.fr/la-marque-eminence)

## Belle personne : des vêtements créés et conçus à Saint-Malo, made in France jusqu'à l'étiquette

Deux jeunes hommes de Saint-Malo ont créé "belle personne", une marque de vêtements intimement liée à la Cité corsaire, avec un objectif : produire exclusivement en France.

© Publié le 28 Avr 18 à 9:52

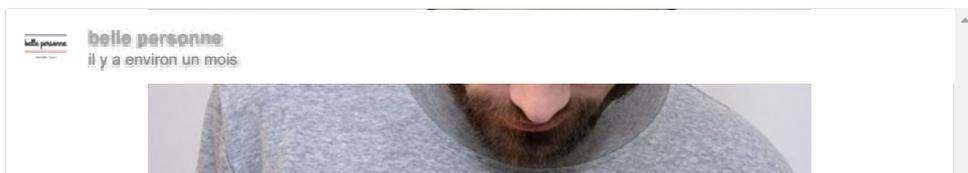


Alexandre est l'un des créateurs de *belle personne*. Ici, sur la plage du Sillon à Saint-Malo (©Timothée L'Angevin / actu.fr)

Avant même de la lancer, Alexandre savait que sa marque interpellerait le public. Effectivement, *belle personne* fait fureur.

Pancarte en main pour quelques photos sur la plage du Sillon à **Saint-Malo (Ile-et-Vilaine)**, le jeune homme est abordé par les passants. Amusés par l'expression, ils pensent avoir affaire à une association caritative. Quand ils réalisent qu'il s'agit d'une marque de vêtements made in France, ils demandent déjà où se les procurer.

« Il faudra attendre début mai », leur lance le jeune homme, navré de décevoir des clients potentiels. Ils repartent avec une page Facebook griffonnée sur un bout de papier, sourire aux lèvres. « *Belle personne* véhicule un message positif, et il ne fait pas de mal », glisse Alexandre.



AIRFRANCE

### Dernières actus

07:05 Après un triplé de Lionel Messi, le FC Barcelone redevient



## Pari tricolore

Au delà de ce simple message, un beau pari tricolore se cache derrière cette marque née début 2017 à Saint-Malo. Alexandre, 31 ans, avait le nom, Karim, son beau-frère de 23 ans, « avait les fringues ». Leur idée : proposer des vêtements haut-de-gamme (pulls et tee-shirts « pour commencer ») intimement liés à la Cité corsaire. Rapidement, la fabrication française devient une évidence et le projet s'inscrit dans la lignée du [Slip Français](#) et de [Cocorico](#).

“ On ne pouvait pas s'appeler « belle personne » et faire fabriquer nos pulls dans une usine asiatique, où aucune garantie nous est fournie sur les conditions de travail.

Sans parler du transport et des milliers de kilomètres à parcourir vers la Bretagne, une « aberration » pour le Malouin.

Mais fabriquer intégralement en France se révèle bien plus compliqué qu'il n'y paraît aux yeux des deux créateurs. « Pendant six mois, nous avons contacté une quinzaine d'ateliers de couture dans tout le pays. » Et ils ont reçu autant de refus. « Trop cher, pas assez de quantités. Pour certains, nous étions trop amateurs. »



*Belle personne est une marque de vêtements made in France, née à Saint-Malo (©Timothée L'Angevin / actu.fr)*

## Bobines bleu-blanc-rouge

C'est finalement par hasard qu'ils entrent en contact [avec l'atelier Kerdier](#), installé depuis 30 ans à Saint-Malo. Cette rencontre vient poser les bases de *belle personne*. « Nous avons notre identité, mais aucune connaissance technique. Nous avons suivi tous les conseils des couturières, tant sur le tissu que sur la coupe et les détails », insiste Alexandre.

Même approche du côté de Kerdier. « Il y a une proximité et des échanges que nous ne trouvons pas chez d'autres créateurs », se réjouit Mallory Sarrazin, la responsable production. Dans l'atelier, plusieurs couturières s'affairent sur des centaines de pulls et de tee-shirts, leur machines à coudre coiffées de bobines bleu-blanc-rouge.

champion d'Espagne

- 06:44 Mort d'Angélique, 13 ans : la garde à vue de l'ancien voisin prolongée
- Hier Ligue des champions dames : Lyon, double tenant du titre, file en finale
- Hier Tabac. Hausse ou baisse ? Le prix des cigarettes change ce lundi
- Hier Le corps de la jeune policière disparue dans la Seine en janvier retrouvé
- Hier Pluies, inondations, orages : 12 départements en vigilance orange
- Hier Grève à la SNCF : encore quelques perturbations avant un retour progressif à la normale
- Hier Le système de santé est "à bout de souffle", selon le président de l'Ordre des médecins
- Hier Mort d'Angélique, 13 ans, dans le Nord : le suspect, déjà condamné pour viol, a avoué le meurtre
- Hier 10 000 teufeurs au Teknival illégal dans la Marne

1

2

3



Pour le reste des pièces, Alexandre et Karim ont voulu se fournir « au plus près », à l'exception du tissu labellisé [Oeko-Tex](#), en provenance d'Aoste en Isère. Les broderies relief et la sérigraphie sont réalisées à Cholet (Maine-et-Loire), la petite broderie et les flyers/stickers à Saint-Malo, les étiquettes à Fougères. Pour le « packaging, nous recherchons encore un fournisseur ».

PUBLICITÉ



inRead invented by Teads

## Entre 120 et 150 euros le pull

Mais le 100% made in France a un coût. Difficile, donc, pour les deux Malouins de venir concurrencer les géants du prêt-à-porter. « Les tee-shirt coûtent 60 euros. Côté pull, la petite broderie est à 120 euros et la grosse à 150. » Des prix justifiés par la collaboration avec de petites entreprises locales et la qualité du tissu, souligne Alexandre, qui assure « ne pas se goinfrer ».

“ Ces pulls pourront aisément tenir trois à quatre saisons, sans bouger.

Avant le lancement de *belle personne*, des magasins à Rennes et Bordeaux se sont montrés intéressés. Et les clients pourront également acheter les produits sur le site, bientôt disponible.

Reste à savoir si le succès sera au rendez-vous. Alexandre y croit : « Les [gens sont de plus en plus sensibles](#) au made in France. Mais clairement, nous partons à l'inconnu ! »

 **belle personne**  
il y a environ 2 mois



## À lire aussi



[Rouen](#)

**24 heures motonautiques : pourquoi la Ville de Rouen donne beaucoup moins d'argent**



[Penmarch](#)

**Saint-Guérolé/Penmarc'h. Nouvelle usine pour la conserverie Furic**



[Concarneau](#)

**Concarneau. Le collectif La Mer en commun participe à un appel à initiatives national**



[Harfleur](#)

**Une véhicule roule à contresens près du Havre : un blessé grave transporté à l'hôpital**



**Après un triplé de Lionel Messi, le FC Barcelone redevient champion d'Espagne**

## AILLEURS SUR LE WEB

Contenus sponsorisés par Outbrain |



**Dépression : les 7 conseils du Dr Rueff pour reprendre le**  
(lead.lettre-docteur-rueff.fr)



**Enceintes, les peuples sont de vraies fashionistas !**  
(Be)



**Impossible de faire moins cher : le forfait 2H à 0€/mois**  
(SFR)



**30Go pour 10€/mois seulement avec RED by SFR**  
(RED by SFR)



**Devenir ambassadrice Stella & Dot, concilier esprit mode et arrondir**  
(Biba)



**Paris: le drive est désormais ouvert au piétons ! (retrait en 5**  
(Carrefour)

## Sur actu.fr

**Metz : les parents de Mathias et Marie, tués au Bataclan, indignés par le téléfilm de France 2**

**Brocantes et vide-greniers : voici les dix objets que vous ne devez pas rater**

**Marseille : elle dissimule la mort de sa mère pendant 23 ans pour toucher sa retraite**

**Effroyable accident : deux jeunes de 20 et 22 ans tués**

**Une jeune femme retrouvée morte à son domicile, près de Rouen, avec deux enfants près d'elle**

**Un bébé retrouvé mort dans des toilettes, dans l'Eure : la jeune maman en garde à vue**

## Sur le Web

**Les meilleurs look de Caroline Receveur** (Be)

**Des camping cars pas comme les autres** (Automoto, magazine auto et moto)

**Photos - Marilou Berry, sa métamorphose en 30 looks** (Gala)

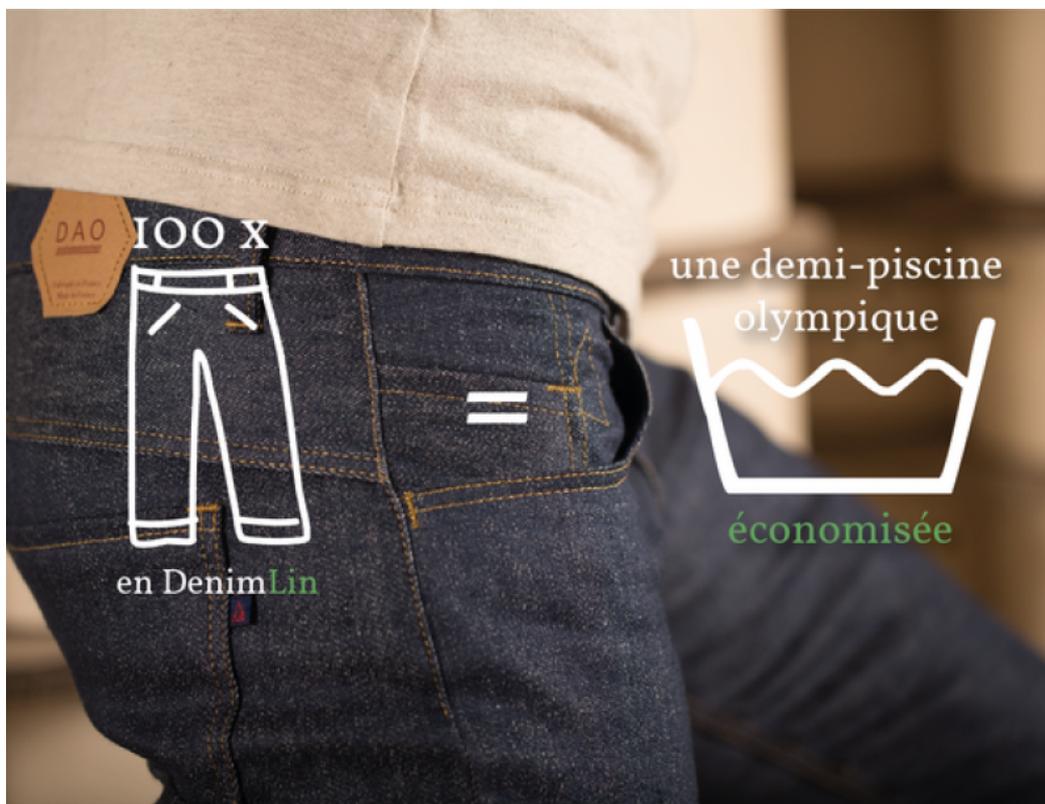
**Dès le lundi 30.04, en exclusivité chez Lidl** (Lidl)

**Vu dans Capital sur M6 - Le matelas le plus confortable au monde ! Garanti 10 ans. Profitez de 100 nuits d'essai chez vous** (Eve Mattress)

**Pourquoi devriez vous financer vos obsèques ?** (PFG)

## CHRONIQUE CONSO

# Du neuf dans le denim français



Jean en DenimLin de Dao ©Dao

24/04/2018

Amateurs de denim, réjouissez-vous. De jeunes marques françaises innovent pour nous proposer des jeans "made in" France, en toile issue de matières locales. Un juste retour aux sources pour le denim, inventé dans la ville de Nîmes.

La famille du jean éthique et *made in* France s'agrandit. Et c'est un juste retour aux sources. Souvenez-vous : le mot "denim" est une transformation des mots "**de Nîmes**", la ville où était fabriquée, dès le 18<sup>ème</sup> siècle, un solide [sergé](#) en laine et soie en provenance des Cévennes voisines. Il servira à coudre les premiers jeans aux Etats-Unis avant qu'ils ne soient fabriqués en coton américain.

En poursuivant votre navigation sur ce site, vous acceptez l'utilisation de cookies qui nous permettent de vous proposer des services et une offre adaptés à vos centres d'intérêts.

[En savoir plus](#) [Fermer](#)

marque [1083](#), par exemple, propose depuis 2013 des pantalons **en coton bio teints, tissés et confectionnés en France**.

Deux nouvelles entreprises hexagonales innovent et créent des toiles françaises qui poussent l'éthique toujours plus loin :

## Toile de lin à Nancy

Pour produire un kilo de coton conventionnel, il faut **entre 5000 et 10 000 litres d'eau** et 2500 à 5000 litres pour du coton bio, nous rappelle le fondateur de [DAO](#), Davy Dao. Ce dernier fabrique des jeans dans son **atelier boutique de Nancy** depuis 2014. Après **deux ans de développement** en partenariat avec un industriel, il a mis au point un **sergé en lin**, baptisé DenimLin. "Avec 60 % du lin mondial cultivé de Caen à Dunkerque, la France est le **1er pays producteur de lin au monde**. C'est pourquoi nous avons décidé de travailler et d'innover en créant un nouveau type de fil : **du lin combiné à de l'élasthane**. Une prouesse *made in France*", explique-t-on chez DAO.

Le lin a de formidables qualités. Il faut très peu d'eau pour le cultiver et toute les parties de la plante peuvent être utilisées : les graines pour produire de l'huile, la tige pour les fibres. Aujourd'hui, **90 % du lin produit en France est exporté**, principalement en Asie, pour être tissé puis cousu et nous revenir sous forme de produit fini. DAO veut participer à **relocaliser cette filière**. La campagne de [crowdfunding](#) destinée à lancer les jeans en DenimLin se termine dans deux jours et c'est un véritable carton avec près de 900 % de l'objectif atteint.

## Toile recyclée à Nîmes

On innove aussi dans la **ville historique du denim**. [Ateliers de Nîmes](#) a lancé sa marque en 2014. Les jeans étaient façonnés à Marseille et Paris avec une toile italienne. Leur ambition est aujourd'hui de **tisser du denim à Nîmes**. Ils ont commencé par le faire de façon artisanale, sur des métiers à tisser manuels, pour apprivoiser ce beau savoir-faire. Afin de passer à l'étape suivante, ils ont besoin de métiers à tisser mécaniques, des "Picanol Président" italiens et ont également lancé une campagne de [crowdfunding](#) pour en faire l'acquisition. Pour utiliser une matière première locale, les entrepreneurs n'ont pas choisi le lin, mais le **coton recyclé**. En lin ou en coton recyclé, ces denims nous permettent de porter toujours plus fièrement nos indispensables jeans.



L'INFO DURABLE EN CONTINU  
est aussi sur Twitter

**# TousActeurs**

En poursuivant votre navigation sur ce site, vous acceptez l'utilisation de cookies qui nous permettent de vous proposer des services et une offre adaptés à vos centres d'intérêts.

[En savoir plus](#) [Fermer](#)

En continuant la visite sur ce site, vous acceptez l'utilisation de cookies. Le site utilise en effet des cookies pour afficher des contenus et des services qui correspondent à vos centres d'intérêt, mais aussi pour établir des statistiques d'audience. [Pour en savoir plus et gérer ces paramètres. \(/infos/cookies\)](#)

x

[← SANTERRE \(/REGION/SANTERRE\)](#) [HAM ET ENVIRONS \(/REGION/HAM-ET-ENVIRONS\)](#) [BEAUVAIS ET SA RÉGION \(/REGION/BEAUVAIS-ET-SA-REGION\) →](#)

## PORTES OUVERTES

### Du travail sous toutes les coutures à l'Atelier Jean-Luc-François de Ham

L'Atelier Jean-Luc-François ouvre à nouveau ses portes dimanche après-midi 8 avril. Parmi les douze personnes formées, huit œuvrent encore en tant que travailleurs indépendants.



Par Benjamin Merieau | Publié le 07/04/2018



Les huit travailleurs indépendants honorent des commandes de marques comme Mazarine ou Coltesse.

# M

algré le public, elles ne font pas semblant de travailler. Et c'est normal : les couturières de l'Atelier Jean-Luc-François de Ham ont beaucoup de commandes à honorer, comme le précise le patron des lieux, qui ouvrent leurs portes ce week-end.

« *Nous travaillons ou avons travaillé pour la collection Mazarine, Edward Achour ou encore Coltesse, qui nous a demandé 65 blousons et 45 chemises* », indiquent Jean-Luc François et le chef d'atelier Nicolas Paillot.

Du travail, il y en a, et même un peu trop pour l'équipe. « *Nous n'arrivons pas à fournir, il va falloir grossir l'équipe* », indique le couturier. Ça tombe bien, car une deuxième session de formation d'une durée de trois mois et trois semaines devrait commencer en mai. Elle concernera à nouveau douze stagiaires et sera toujours financée par la Région et Opcalia, une association dédiée à la formation.

Quant à celles qui sont sorties à la fin du mois de février, elles travaillent désormais en tant que travailleuses indépendantes pour l'Atelier coopératif. Huit sont restées, les autres ayant préféré reprendre des études ou se mettant à leur compte. Un peu trop précaire, ce statut ? Pas du tout, selon Jean-Luc François. « *Elles bénéficient de l'apport de leur chef d'atelier, de l'apport des lieux. Nous sommes là pour que ces personnes puissent travailler dans des conditions de qualité.* » L'avantage, c'est que le travail ne manque pas. « *Nous remplissons une niche à laquelle personne ne répondait, car les gens sont désireux de vêtements produits en petites séries et de Made in France.* » Un beau fil directeur



 BENJAMIN MERIEAU

Atelier Jean-Luc-François, portes ouvertes aujourd'hui dimanche 8 avril, de 14 à 18 heures, rue de Noyon.

Poursuivez votre lecture sur ce(s) sujet(s) : [France \(/tags/france\)](#) | [Ham \(Somme\) \(/tags/ham\)](#)

PARTAGEZ SUR



SUIVEZ LE COURRIER PICARD [Suivre @CourrierPicard \(https://twitter.com/CourrierPicard\)](https://twitter.com/CourrierPicard)

Actualité &gt; Grand Sud &gt; Haute-Garonne &gt; Toulouse

Publié le 27/04/2018 à 07:46

## Jermaine : la marque toulousaine de chaussettes made in France

Entreprise - Mode



Simon Sajas et ses nouvelles chaussettes./ Photo DR Jermaine

«Mes chaussettes sont fines, élégantes et rock», annonce Simon Sajas créateur de la marque «Jermaine». Le 1er mai, ce jeune toulousain de 23 ans sortira ses trois premières paires au prix de 12 euros. Rempli d'ambition le créateur ne compte pas s'arrêter en si bon chemin. «J'ai l'intention de créer d'autres paires pour l'hiver, avec les matières utilisées en fonction de la saison», précise-t-il. Ce ne sont pas uniquement des chaussettes qu'il réalise, mais aussi des tee-shirts.

«J'ai d'abord fait des tee-shirts, ça m'a pris beaucoup de temps». En voulant se spécialiser dans les sous-vêtements, cette envie de créer des chaussettes s'est déclenchée. «C'est ce qu'il y a de plus simple à créer dans le sous-vêtement et j'ai voulu me spécialiser dans ce produit».

Elles sortent de la banalité, car c'est du 100 % made in France. «Toutes les matières pour réaliser ces paires sont 100 % françaises, je travaille avec une entreprise qui s'appelle Broussard textile, elle collabore avec beaucoup d'autres entreprises qui prônent le made in France». «Jermaine», c'est un nom qui parle, faisant sourire et auquel on porte de l'attention. «Je trouvais que le nom Jermaine ça sonnait bien, et ça interpelle les clients potentiels». Pour avoir la cote auprès des futurs clients, Simon Sajas cherche des points de dépôt dans Toulouse, afin de faire découvrir ses produits et sa marque. «J'ambitionne de vendre dans 10-15 boutiques, mais surtout pour faire la promotion de ma marque». Très présent sur les réseaux sociaux, pour le moment il est possible d'acheter ces paires de chaussettes sur internet. Un seul objectif pour le moment : «écouler le stock de paires de chaussettes, ça sera déjà un bon point de départ pour moi». Le jeune créateur garde tout de même... les pieds sur terre, «il est toujours difficile de faire connaître à un public une marque qui démarre sur le marché».

---

### Toutes vos infos en illimité et sans publicité à partir d'1€/mois

---

Dans la vie, Simon Sajas est aussi serveur dans un bar, mais Jermaine le suit même dans son milieu professionnel. «Il m'arrive d'avoir des clients qui viennent me poser des questions sur ma marque ou sur mon travail, il y a toujours des curieux». À moi tout seul je peux faire quelque chose, mais pas autant que si on était plusieurs». Il faut que Jermaine s'étoffe !

PUBLICITÉ

## Molitor s'habille en Smuggler

LES ECHOS | Le 22/04 à 11:26



La marque, ses boutiques et ses emplois sont préservés. - DR

### Le fabricant de costumes made in France avait été placé en redressement judiciaire début 2017, avant d'intéresser la société de courtage en assurances détenue par la famille Zeitoun.

Les costumes chers à Arnaud Montebourg échappent à la disparition. La création, le 15 mars dernier, de la SAS Couture Capital Partners entérine la reprise par le groupe Molitor du [holding \(https://www.lesechos.fr/finance-marches/vernimmen/definition\\_holding.html#xtor=SEC-3168\)](https://www.lesechos.fr/finance-marches/vernimmen/definition_holding.html#xtor=SEC-3168), implanté dans le Limousin ABCD Partenaires et de sa filiale Orphée Longchamp. Réalisant 6 millions d'euros de [chiffre d'affaires \(https://www.lesechos.fr/finance-marches/vernimmen/definition\\_chiffre-daffaires.html#xtor=SEC-3168\)](https://www.lesechos.fr/finance-marches/vernimmen/definition_chiffre-daffaires.html#xtor=SEC-3168) en 2016, l'entreprise avait été placée en [redressement judiciaire \(https://www.lesechos.fr/finance-marches/vernimmen/definition\\_procedure-de-redressement-judiciaire.html#xtor=SEC-3168\)](https://www.lesechos.fr/finance-marches/vernimmen/definition_procedure-de-redressement-judiciaire.html#xtor=SEC-3168) en janvier, avant d'intéresser la société de courtage en assurances détenue par la famille Zeitoun, déjà présente dans le secteur du textile. Le tribunal de commerce de Limoges a validé l'opération, tout en accordant la cession au même acquéreur de France Confection et France Pantalon, autres filiales non concernées par la mesure judiciaire.

#### À LIRE AUSSI

[Smuggler rêve de costumes bleu-blanc-rouge \(https://www.lesechos.fr/07/02/2014/LesEchos/21622-108-ECH\\_smuggler-reve-de-costumes-bleu-blanc-rouge.htm\)](https://www.lesechos.fr/07/02/2014/LesEchos/21622-108-ECH_smuggler-reve-de-costumes-bleu-blanc-rouge.htm)

Cette transaction va permettre de préserver la marque de costumes Smuggler, fabriqués à Limoges, et ses dix boutiques (dont une au Luxembourg et six à Paris). Les 110 emplois de l'ex-ABCD seront maintenus. L'enseigne complètera la gamme de la partie « textile » de Molitor, propriétaire de la marque portugaise de prêt-à-porter haut de gamme Torcello, et de Tailor Corner visant les jeunes consommateurs.

## Usines conservées

Serge Bonnefont, directeur de France Confection devenu président de la nouvelle société, explique que ». L'atelier de Porto fabriquant les costumes Torcello, qui se vendent 5.000 euros pièce minimum, continuera pour sa part son activité, ainsi que l'unité de fabrication parisienne de Tailor Corner. « *Il n'est pas question qu'une usine prenne la place de l'autre, chacune ayant sa spécificité* », assure le dirigeant. Il n'est pas également exclu que les boutiques actuelles et à venir proposent dans leurs rayons les trois marques de vêtements, toute la stratégie commerciale de la nouvelle entité étant en cours d'élaboration.

Jean-Pierre Gourvest

Correspondant à Limoges