

Revue de Presse Made in France

Contact: info@semioconsult.com

VÊTEMENT & LINGERIE

Avril 2020 - Octobre 2020



SémioConsult® est un cabinet de conseil spécialisé en stratégie d'entreprise et en stratégie de marque. Fondé par Anne-Flore MAMAN LARRAUFIE (Ph.D.), le cabinet dispose d'une expertise reconnue à l'international et d'une connaissance fine de la stratégie de gestion des marques, en particulier au sein du monde du luxe. L'entreprise est basée à Paris, Vichy, Singapour et Venise.

Spécialisé en gestion d'image de marque et en sociologie de la consommation, SémioConsult propose un accompagnement complet des marques de la définition de leur identité à l'optimisation de l'expérience-client et au déploiement opérationnel des stratégies définies. SémioConsult est aussi expert en gestion de l'identité de marque face à la contrefaçon et en valorisation du Made In France & Made in Italy.

Il compte dans son portefeuille clients de nombreux institutionnels et prestigieuses marques françaises et italiennes, ainsi que des PME et des entrepreneurs et start-ups.

SémioConsult mène également une activité de recherche et de publication d'articles dans des journaux spécialisés dont certains sont disponibles librement.

www.semioconsult.com



Deux angevins créent une marque de vêtements en lin made in France

20 AVRIL 2020

Deux frères angevins viennent de créer une marque de vêtements en lin entièrement fabriqués en France. Avant d'élargir leur gamme, Jean et Pierre Forestier ont lancé une campagne de précommande et un financement participatif pour les chemises en lin de leur marque baptisée « Gratitude ».

Jean et Pierre Forestier, créateurs de la marque Gratitude

Originaire de Béhuard, à quelques kilomètres d'Angers, Pierre et Jean Forestier, respectivement âgés de 20 et 22 ans, sont encore étudiants. En complément de leurs études en école de commerce, à Rouen et Bordeaux, les deux frères ont créé leur marque de vêtements made in France, Gratitude. « Dans ce nom, il y a une notion de respect du monde qui nous entoure », soulignent-ils.

« En grandissant sur une petite île comme Béhuard, on a rapidement développé des valeurs éthiques et écologiques. Depuis notre enfance, on constate une pollution de plus en plus importante, notamment du plastique. Nous voulions agir tout en alliant notre passion pour la mode et notre engagement écologique », explique Pierre Forestier.

Après avoir constaté que l'industrie du textile faisait partie des plus polluantes au monde, en parallèle de leurs études, ils ont travaillé pendant plusieurs mois à la création de chemises en lin entièrement fabriquées en France.

Début mars, ils ont lancé une campagne de précommande et un financement participatif pour la création de leur deux modèles de chemises en lin. Une matière qui n'a pas été choisie au hasard par Jean et Pierre Forestier.

« Le coton consomme énormément d'eau, c'est un désastre écologique. Il faut savoir que la France est le premier producteur mondial de lin. Il s'agit de la matière naturelle le plus résistante, elle est également thermorégulatrice. Le lin ne demande aucune irrigation et ne produit pas de déchets. Tout ce qui est récolté dans les champs est utilisé », détaille le frère cadet.



C'est dans cette logique éco-responsable que la famille Forestier a décidé de faire appel uniquement à des intermédiaires français. Le tissage et le patronnage sont réalisés dans le Nord de la France. Les boutons viennent du Jura, les étiquettes du Sud de la France et l'atelier de production est installé à Tours.

Travailler uniquement en France a cependant un coût. Les chemises sont vendues 95€. Sur leur campagne de précommande, une partie détaille avec transparence les différents coûts de production des chemises. « On ne fait presque pas de bénéfices. Nous voulons surtout offrir un produit accessible. Si demain nous voulons en vivre, il faudrait la vendre 130 euros » précise Pierre.

« Oui, le made in France coûte cher, mais nous avons voulu tenir cet engagement. Pour la main-d'œuvre, il faut compter 10 euros au Portugal contre 40 euros en France », ajoute-t-il.

La campagne de précommande et de financement participatif arrive à son terme. Ceux qui souhaitent y participer ont jusqu'à vendredi soir pour se rendre sur la plateforme Ulule. Les deux frères ont remporté un vif succès avec près de 15 000 euros récoltés, soit près de 500 % de plus que l'objectif initial. Grâce à cette campagne, les deux jeunes hommes voient désormais plus loin. « On travaille sur une deuxième collection qui va arriver rapidement. On prévoit ensuite des t-shirts plus accessibles », avance Pierre Forestier.

En savoir plus sur le site internet : gratitude-lin.fr

Lien: <a href="https://www.angers.villactu.fr/deux-angevins-creent-une-marque-de-vetements-en-lin-made-in-de-vetem

 $\frac{france/\#:\sim:text=Deux\%20fr\%C3\%A8res\%20angevins\%20viennent\%2}{0de,leur\%20marque\%20baptis\%C3\%A9e\%20\%C2\%AB\%20Gratitude\%}{20\%C2\%BB}$

Covid-19 : Gévana, à Chiché, adapte sa production à la pandémie

Publié le 21/04/2020 à 06:25 | Mis à jour le 21/04/2020 à 10:12



Dans les ateliers de Gévana, Bertrand Gelineau (à droite) et sa brigade de couturières sont engagés « en deuxième ligne » dans la lutte contre la pandémie.

© Photo NR

Depuis 1963, l'entreprise Gévana est installée sur la zone d'activité de Chiché en bordure de la RN 149 en direction de Parthenay. Créée par Robert Gelineau, c'est maintenant une société par actions simplifiée à associé unique (SASU) dirigée par son fils Bertrand. Elle est spécialisée dans la création, la confection et la distribution de collections de prêt à porter féminin. Avec cinquante salariés et un savoir-faire local, sa production est estampillée Made in France.

« Scénario catastrophe »

« La crise sanitaire liée au Covid-19 a mis un coup de frein radical à la distribution de notre collection printemps-été; depuis le 17 mars dernier, tous nos clients sont à l'arrêt et plus de 25.000 articles représentant un chiffre voisin de 650.000 € sont en stock de produits finis, mais restés accrochés aux portants sur des dizaines de mètres, faute de pouvoir être livrés. C'est le scénario catastrophe, puisque c'est pour l'entreprise la plus grosse période de production et qu'à la fin de juillet la saison est terminée. » Bien qu'inquiet comme de nombreux chefs d'entreprises, Bertrand Gelineau ne baisse pas les bras. Dans ce contexte sanitaire, économique et social difficile, dès le 14 avril, il décide de réorienter la production de son atelier de confection et lance la fabrication de masques-barrière contre le coronavirus. Le matériel de l'entreprise étant parfaitement adapté, avec une trentaine de salariés tous volontaires, des séries de masques aux coloris variés sont lancées en fabrication à partir d'un tissu polyester et coton déjà en stock mais qu'il faudra réapprovisionner. L'atelier est suffisamment grand pour une organisation qui tient compte du protocole Covid-19 (protection des

intervenants, espace entre chaque poste de travail, désinfection, etc.). « *Déjà nous avons de nombreuses demandes provenant notamment de petites entreprises, mais nous faisons en fonction de notre capacité de production.* » Avec 1.000 masques-barrière fabriqués chaque jour, Bertrand Gélineau et son personnel contribuent à leur façon à l'ensemble des efforts pour enrayer la propagation de « *cette vacherie de virus* ».

Contact Gévana, 54, route de Parthenay, 79350 Chiché. Bertrand Gelineau, directeur, tél. 05.49.72.40.26; site internet: www.gevana-pretaporter.fr

Lien: https://www.lanouvellerepublique.fr/deux-sevres/commune/chiche/covid-19-gevana-a-chiche-adapte-sa-production-a-la-pandemie

Le bas de contention se démocratise et s'embellit!

LA RÉDACTION MARIE FRANCE MARDI 21 AVRIL 2020 MIS À JOUR LE MARDI 21 AVRIL 2020



Depuis quelques années, de nouveaux manufacturiers sont entrés sur le marché du bas de contention pour le moderniser et lui apporter du style.

Lorsque l'on parle de bas contention, on s'attend à retrouver une image d'une chaussette moche. Mais ce n'est plus du tout d'actualité! Aujourd'hui, les manufacturiers créent des produits de qualité et à la mode. Mais à quoi servent-ils?

POUR LES LONGS VOYAGES EN AVION

Les bas de contention (aussi nommés bas de compression) sont mieux connus du grand public pour leur utilisation lors de longs voyages en avion, afin d'éviter les risques de phlébite ou de thrombose veineuse, qui peuvent entraîner une embolie pulmonaire. Cependant, ils sont aussi de premières nécessités pour d'autres problèmes de santé tels que les jambes lourdes, les varices et certaines pathologies veineuses.

Ils exercent une pression sur la jambe, ce qui améliore la circulation sanguine et le retour veineux en créant une pression plus importante au niveau de la cheville, qui se réduit graduellement en remontant le mollet vers la cuisse. On peut trouver plusieurs modèles sur le site www.mes-jambes.com, ainsi que plus d'information sur le produit et son utilisation.



UNE OFFRE PLUS GRANDE ET PLUS STYLÉE

Le bas de contention s'adresse aux deux sexes et à des personnes de tous les âges. Il était donc prévisible qu'un jour le monde de la mode viennent rajeunir et embellir le marché. C'est ce qui se produit depuis quelques années maintenant, avec de nouvelles marques faisant leur entrée. C'est le cas, entre autres, pour <u>la marque Sigvaris</u> qui a sorti des bas de compression au motif marinière. On peut d'ailleurs les trouver sur le site mentionné plus haut dans cet article. Un made in France affiché et très tendance!

Il est vrai qu'à la base, les raisons de son port ne se rapprochent pas de la mode ou du divertissement (grossesse, varices, port lors de séances sportives, jambes lourdes, ...) mais tout ce qui est un vêtement mérite d'être bien conçu et nous permettre d'apparaître sous nos meilleurs attraits, non ? C'est la raison pour laquelle il n'est plus nécessaire de cacher ces bas, grâce à ce renouveau du produit par des marques plus dynamiques, qui ont bien compris qu'il existe un marché pour le joli bas de contention...

Le but de ces nouveaux acteurs est de procéder par une communication plus moderne en révolutionnant leur style et en déstigmatisant le port du bas de contention, par sa démocratisation. Qui a dit qu'un vêtement santé se devait d'être sans attrait ?

Lien: https://www.mariefrance.fr/bonsplans/bonsplans-beaute/bas-decontention-se-democratise-sembellit-478643.html - :~:text=Une offre plus grande et,personnes de tous les âges.&text=Le but de ces nouveaux,de contention, par sa démocratisation

Coton bio, denim recyclé... Vers des jeans enfin "propres "

Vanessa Zocchetti - Le 23 mai 2020

Un jean de la ligne écoresponsable (r)Evolution, signée Sézane. La star cool de nos dressings, pointé du doigt pour son impact négatif sur l'environnement, prend la mesure du défi écoresponsable et s'engage à plus de «propreté».

Une icône populaire

Pour populariser une démarche écoresponsable, rien de mieux qu'une pièce emblématique. C'est la théorie de Thomas Huriez, créateur de 1083, marque de denims, bien pensés sous toutes les coutures, lancée en 2013. «Le jean, c'est plus universel que le bonnet péruvien pour promouvoir l'écologie dans l'univers de la mode! Et c'est aussi une pièce en lien avec le made in France, puisque le denim est né à Nîmes», explique-t-il. Ses modèles en coton bio certifié GOTS (1) - en attendant d'avoir trouvé la technologie pour recycler les fibres des vieux jeans, ce qui devrait être fait fin 2020 - filé, teint et tissé en France, sont aussi confectionnés et délavés écologiquement au laser dans ses ateliers de Romans, dans la Drôme. Une stratégie globale, de relocalisation et de nettoyage *green* du jean, qui a ouvert la voie à de nombreuses initiatives. Car, en effet, on a vu fleurir ces derniers mois toute une palette de jeans «propres».

Un engagement green

Les fabricants de jean ont été les premiers attaqués sur le terrain de la pollution

PASCALINE WILHELM, DIRECTRICE MODE DU SALON PREMIÈRE VISION

«Cela fait trois ans que nous adoptons une démarche plus respectueuse de la planète et nous poursuivons nos efforts. C'est pourquoi, nous lançons (r)Evolution, une ligne de denim écoresponsable qui a nécessité deux ans de recherche», explique Morgane Sézalory, fondatrice de la griffe Sézane. Les points forts de cette collection : du coton bio certifié GOTS, un recyclage des eaux utilisées, un délavage écoresponsable à

l'ozone et 83 % de produits chimiques en moins. Et Sézane n'est pas un cas isolé.

Avec les modèles Andrea Crews + <u>Claudie Pierlot</u> en jean recyclé et bio écowash (technique de délavage plus responsable), la capsule éco-wash First Stone de <u>Maje</u>, ou encore une nouvelle marque comme Jane Blue, qui n'utilise que des matières recyclées et du coton bio..., les idées engagées ne manquent pas. Et elles sont nécessaires! Avec un marché dont la croissance est estimée à 4,9 % à l'horizon 2023 (2) et une production polluante et très gourmande en eau - il en faut environ 7500 litres pour fabriquer une pièce -, le jean, qui peut parcourir jusqu'à 65.000 km avant d'arriver dans un dressing, se doit d'être réinventé pour plus de durabilité.

Une toile innovante

Rien ne serait cependant possible pour les marques sans les innovations des fabricants de la toile bleue. «Ils ont été les premiers à être attaqués sur le terrain de la <u>pollution</u> et de l'éthique. Voilà donc déjà une dizaine d'années qu'ils développent des solutions», insiste Pascaline Wilhelm, directrice mode du salon Première Vision. Désormais, les 90 exposants spécialistes de ce tissu, présents lors de cet événement, sont tous <u>écoresponsables</u>. Ils représentent 1 milliard de mètres de denim par an, soit 1/3 de la production mondiale du segment moyen/haut de gamme et 90 % du premium. Tous ont planché sur les problématiques de délavage, de fibres recyclées, d'économie d'eau, de suppression de la chimie... pour des avancées qui, selon Pascaline Wilhelm, bénéficient à l'ensemble du secteur. Alors, pas de doute, le blue-jean ouvre la voie à une mode plus verte.

- (1) Labellisation Global Organic Textile Standard.
- (2) Rapport just-style.com, décembre 2018.

Lien: https://madame.lefigaro.fr/style/coton-bio-denim-recycle-vers-des-jeans-enfin-propres-150520-181041

Cancer du sein : les Monocyclettes cassent les codes grâce à des vêtements asymétriques

Cindy Chevaux / Société / 19/04/2020

Depuis plus d'un an, Angélique s'est lancée dans un projet authentique : proposer des vêtements asymétriques pour les femmes qui ont subi une ablation du sein à la suite d'un cancer. Une initiative permettant d'assumer plus facilement son corps d' « amazone ».

Comment aider les femmes à aimer et assumer leur corps après une ablation du sein? L'idée est simple et bien pensée. Angélique, jeune vauclusienne a décidé de casser les codes. Elle dessine et fait les patrons de plusieurs modèles afin de réaliser des vêtements asymétriques sous le nom des « Monocyclettes ». Une référence aux vélos qui n'ont plus qu'une roue pour avancer.



Angélique, créatrice des Monocyclettes

« Accompagner les femmes vers l'acceptation de soi »

20 000, c'est le nombre de femmes qui, chaque année, subissent une ablation du sein à la suite d'un cancer. Manque d'argent ou décision pleinement assumée, elles sont nombreuses à faire ce choix de refuser le recours à une chirurgie réparatrice. Mais parfois, il est difficile de se reconstruire et d'apprécier son nouveau physique de femme « amazone », comme les appelle Angélique. Pour ces femmes, le but est désormais de vivre avec une nouvelle silhouette et de continuer de se trouver belle.

Angélique décide donc de créer une **ligne de vêtements asymétriques pour toutes celles qui ont subi mastectomie**, dans le but qu'elles aient enfin le choix de porter une prothèse ou non. « J'ai pris conscience qu'il y avait un besoin quand j'ai pris la décision de ne pas faire de chirurgie reconstructrice après mon cancer du sein », explique Angélique Lecomte. « Les Monocyclettes, c'est **un état d'esprit**, un support pour accompagner ces femmes vers l'acceptation et l'amour de soi », ajoute-t-elle. À la suite de sa campagne de **crowdfunding**, son concept plaît. La collection est lancée.

Des vêtements asymétriques pour rééquilibrer la silhouette

La touche personnelle d'Angélique, c'est d'ajouter un côté asymétrique aux vêtements qu'elle dessine. « Les Monocyclettes », donnent un côté géométrique aux t-shirt, robes, sweats de la collection. Une manière d'utiliser les volumes et les formes pour donner plus de mouvement aux vêtements.

« L'idée c'est de jouer sur les matières, les volumes donc sur des volants, sur des drapés qui vont visuellement compenser en fait l'asymétrie de la silhouette par des jeux de couleurs, par des jeux de rayures et sans cacher en fait », déclare la jeune femme à nos confrères de France Bleu. Chaque vêtement est « made in France » et fabriqué à base de tissus labellisés « OEKO TEX ».

Entre la fabrication de vêtements pour ces femmes « amazones », les t-shirts « Veilleurs de nuit » pour remercier ceux qui soutiennent les malades, Angélique a fait de son combat, une réussite, un exploit. Devenue une créatrice ambitieuse, elle souhaite aussi développer sa ligne de lingerie et de maillots de bain mais aussi acquérir plusieurs partenariats avec d'autres marques. Et pour ceux qui se posaient la question, vous en avez la preuve : il n'y a pas besoin de porter une cape pour être un super héros. Un T-Shirt suffit.

Lien: <a href="https://www.lebonbon.fr/marseille/societe/cancer-du-sein-les-monocyclettes-cassent-les-codes-grace-a-des-vetements-asymetriques/#:~:text=L'id%C3%A9e%20est%20simple%20et,qu'une %20roue%20pour%20avancer

Près de 60 paires de chaussettes solidaires des Boucles de la Mayenne 2020 vendues

Vendredi 24 avril 2020 à 13:56 - Par Martin Cotta, France Bleu Mayenne Département Mayenne, France

Malgré l'annulation de l'édition 2020 des Boucles de la Mayenne, les organisateurs de la course cycliste viennent de lancer une vente de chaussettes solidaires, avec la marque Pente Douce. Certains bénéfices seront reversés aux services hospitaliers de la Mayenne.



Une paire de chaussettes achetée, c'est cinq euros reversés aux personnels hospitaliers de la Mayenne - Capture écran pentedouce.fr

Si l'édition 2020 des Boucles de la Mayenne ne peut avoir lieu comme prévu (du 28 mai au 31 mai) en raison de l'épidémie mondiale du coronavirus et du confinement, les organisateurs de la course cycliste (UCI Pro Series) restent actifs.

Depuis plusieurs jours, l'association propose en effet la vente de chaussettes de courses solidaires aux couleurs de l'édition 2020 qui n'aura jamais lieu. Les Boucles de la Mayenne reversent ensuite 5€ par paire achetée aux services hospitaliers de la Mayenne. Pour l'instant près de 60 ont été vendues.

Une opération menée avec *Pente Douce*, le fabricant des chaussettes de courses. La marque existe depuis le début 2019 autour de ses trois fondateurs mayennais. *Pente Douce* est labellisée Made in France et revendique déjà plus de 200 clients. Son principal objectif est de conquérir le marché du cyclisme professionnel.

Lien: https://www.francebleu.fr/infos/societe/pres-de-60-paires-dechaussettes-solidaires-des-boucles-de-la-mayenne-2020-vendues-1587729384

Ploemeur. Plœmeur. La nouvelle boutique P'tites Folies s'adapte

Géraldine Nicol et Nathalie Chanoir. | OUEST-FRANCEAfficher le diaporama

Ouest-France Publié le 29/04/2020 à 06h00

Amies depuis plus de 15 ans, Géraldine Nicol et Nathalie Chanoir ont ouvert leur boutique de prêt-à-porter Les P'tites Folies, dans la galerie Carrefour, le 10 mars. Après cinq semaines de travaux, elles ont apporté leur touche personnelle en créant une ambiance cocooning, moderne et chaleureuse.

Elles proposent des collections de vêtements multimarques s'adressant à toutes les femmes, du 34/36 au 48/50 et pour tous les budgets ainsi que des accessoires (bijoux, foulards, sacs à main).

« Nous avons voulu également mettre en avant le Made In France, expliquentelles, avec des articles d'une créatrice parisienne et d'une créatrice de Vannes. »

En raison du confinement, la boutique a dû fermer quelques jours après l'ouverture. Elles ont décidé de s'adapter à la situation en présentant quelques-uns de leurs produits en commandant sur Instagram. Les livraisons sont assurées à Plœmeur et les environs. Il est aussi possible de retirer ses articles en drive directement à la boutique.

Contact: Instagram: les.ptites.folies

Lien: https://www.ouest-france.fr/bretagne/ploemeur-56270/ploemeur-la-nouvelle-boutique-p-tites-folies-s-adapte-6820628

Création. Ses bodies pour tout-petits Made in France dérident le confinement

Florence Letellier a fait fi du confinement pour lancer la marque de sousvêtements des tout-petits, Mont chat Michel, dans l'écrin du Mont-Saint-Michel (Normandie).

Publié le 1 Mai 20 à 11:32



Florence Letellier, installée à Pontorson (Manche), a créé la marque de sous-vêtements pour tout-petits Mont chat Michel. Des bodies en lin de fabrication française et qui répondent aux critères de développement durable. (©MCM/La Gazette de la Manche) Florence Letellier a fait fi du confinement pour lancer sa marque de **sous-vêtements pour les tout-petits**. **Mont chat Michel** a éclos ce printemps, dans l'écrin du **Mont-Saint-Michel** qui l'inspire.

Installée depuis 10 ans dans la baie

Florence Letellier est installée au cœur de la baie du Mont-Saint-Michel depuis une dizaine d'années, où elle a créé son nid familial avec vue sur la Merveille de l'Occident, classée Patrimoine mondial Unesco.

Maman de deux fillettes de 4 et 6 ans, elle a cumulé une longue expérience en centrale d'achat textile dans le Nord, pour une marque pour enfants, puis à Saint-Malo en prêt-àporter.

Le 18 mars, elle a créé sa marque.

Local et non délocalisable

C'est la rencontre avec l'<u>association Lin et chanvre bio</u> qui lui fait découvrir que la **Normandie** est la région première productrice de lin en France.

Florence Letellier indique:

Le lin est une matière écoresponsable, respectueuse de notre environnement. Sa culture préserve nos ressources en eau. L'eau de pluie lui suffit, pas besoin d'irrigation supplémentaire comme pour le coton. Zéro déchet, tout ce qui est récolté est utilisé (huile de lin, fibre pour transformation en fil, paille de lin pour litière...). C'est une culture locale et non délocalisable ».

Une matière hypoallergénique

A cet atout, la créatrice ajoute l'argument d'une matière hypoallergénique, thermorégulatrice, qui laisse respirer la peau l'été et tient chaud l'hiver.

Pas d'étiquette = pas de gratouillis

Si la matière convient particulièrement bien aux tout-petits, ces bodies en 3 à 24 mois sont conçus sans étiquette pour éviter les gratouillis allergisants et imprimés avec des encres labellisées respectueuses de l'environnement.

Des fournisseurs en France et en Europe

La matière est trouvée. Patrons, graphisme, impression...

Les fournisseurs sont dans l'hexagone.

La logistique et le siège sont, quant à eux, dans la baie, à Pontorson.

Je possède une magnifique vue de mes fenêtres sur le Mont Saint Michel. J'ai donc choisi en toute spontanéité ce nom en adéquation avec les valeurs de la marque que sont : l'émotion, la transparence, l'écoresponsabilité et la fabrication française ».

Quand le saint devient chat

La créatrice explique l'origine du nom donné à sa **collection de sous-vêtements pour bébé** :

Mont chat Michel est une dédicace à mes deux petites filles. Elles avaient du mal à prononcer saint. Il est devenu chat. Émerveillées devant ce magnifique monument, je les entends prononcer d'une petite voix enjouée "Oh le Mont Chat Michel!". C'est aussi une référence aux mamans et papas qui appellent affectueusement leurs enfants Mon petit chat ».

Une étude de marché conforte son projet

Le 18 mars, deux jours après l'annonce par le gouvernement du confinement, tout était prêt pour démarrer la société.

L'étude de marché confortait la créatrice d'un créneau porteur.

A sa naissance, un bébé reçoit entre vingt et trente cadeaux pour un panier d'environ 600 euros ».

Un cadeau de naissance Made in France

Le choix est fait. Elle habillera les tout-petits de bodies de trois à vingt-quatre mois, vendus 37 € et 39 €, le prix d'une qualité **écoresponsable** et d'un produit **Made in France**.

Un joli cadeau, porté depuis par les réseaux sociaux, le canal de diffusion de la marque, et les influenceuses du net, dont la normande Anne Julie.

Avant de développer d'autres **vêtements pour les prématurés** ou les plus grands ou être présente en boutiques, Florence Letellier veut apprivoiser son Mont chat Michel.

Contact via le site internet Montchatmichel.fr ou la page Facebook Mont chat Michel.

Par: Pascale Brassinne

Lien: https://actu.fr/normandie/pontorson_50410/creation-bodies-tout-petits-made-in-france-derident-confinement_33183343.html

Ecclo : les vêtements désimpactés made in France



©Ecclo

11/05/2020 - Mise à jour 19/05/2020

Chaque semaine, nous vous donnons la possibilité de gagner des cadeaux durables. Aujourd'hui, nous donnons la possibilité à deux personnes (un homme et une femme) de gagner l'article de leur choix sur la boutique en ligne de la marque Ecclo.

Créée en 2018 par Remy Renard, <u>Ecclo</u> est une marque française de vêtements ayant pour ambition de **donner une seconde vie à des tissus non utilisés** afin **d'éviter toutes les étapes polluantes de la création d'un vêtement** (culture, filature, tissage, ennoblissement, pré-traitements, teinture) et ainsi **minimiser leur empreinte environnementale.**

L'industrie textile étant l'une des plus polluante au monde après l'industrie pétrolière, l'objectif de la marque est clair : offrir aux consommateurs la possibilité de se vêtir de manière intelligente, avec élégance et modernité, et sans puiser dans les ressources naturelles grâce à des vêtements éco-responsables de qualité à prix juste. Une bonne manière de rendre la mode plus vertueuse et respectueuse de l'environnement.

Spécialisée dans l'upcycling, la marque propose des modèles intemporels de qualité conçus à partir de rouleaux de tissu inutilisés de marques, tricoteurs ou tisseurs français et produits en séries limitées. Le nombre de chaque pièce créé est défini en fonction de la quantité de tissu récupérée et, pour chacun de ses vêtements, la marque met à disposition de ses clients le détail de toutes les informations sur la composition du tissu ainsi que sur les différentes étapes de fabrication.

Pour Ecclo, **confectionner ses produits en France** est une évidence. En tant qu'entreprise française, la marque a à coeur de **contribuer au maintien de l'emploi et de l'économie local** et entend **valoriser le savoir-faire français.** C'est pourquoi ses produits sont confectionnés dans deux ateliers situés dans les Vosges et en Côte d'Or.

Pour ce jeu, deux personnes (un homme et une femme) pourront tenter de gagner :

• 1 article de leur choix parmi ceux proposé sur la boutique en ligne d'Ecclo

Bonne chance (durable) à tous!

Lien: https://www.linfodurable.fr/technomedias/ecclo-des-vetements-desimpactees-17722

La relance éco : à Dijon, la boutique Chouette France espère reprendre son envol grâce au "Made in France"

Jeudi 14 mai 2020 à 8:00 -Par Christophe Tourné, France Bleu Bourgogne Dijon, France

La boutique Chouette France, rue Bossuet à Dijon, a repris du service après huit semaines de fermeture. La reprise pour cette boutique est l'occasion de reparler de consommation locale et donc moins dépendante du made in ailleurs.



made in France © Maxppp - Nina Valette

Comment relancer son activité lorsque l'on est resté fermé pendant huit semaines ? c'est le défi que va devoir réussir la boutique "Chouette France", une boutique basée à Dijon qui ne vend que des produits fabriqués en France et le plus possible en Bourgogne. Sa gérante, Marie-Laure Mouillot, fait le point sur ces huit semaines de confinement et sur l'avenir de sa boutique.

La relance éco : Chouette France à Dijon



la boutique Chouette France à Dijon - -

Vous avez rouvert votre boutique lundi ; est-ce que vos clients habituels sont revenus ?

On n'a que deux jours d'activité donc c'est difficile à dire pour l'instant si tout le monde est prêt à revenir dans les boutiques, mais oui, ce mardi nous avons eu pas mal de passage, avec effectivement des clients habituels heureux de pouvoir consommer à nouveau!

Comment vous êtes vous organisée dans votre magasin pour accueillir les clients ?
On a mis en place les mesures classiques. Le port du masque est
obligatoire, on se lave le mains en rentrant dans la boutiques, il y a un sens
de circulation, les essayages sont limités le plus possible. Je désinfecte les
cabines et on alterne les deux cabines pour ces essayages. Tous les habits
essayés sont mis en quarantaine et passés à la vapeur pour minimiser les
risques

Comme beaucoup, vous appelez en cette période de reprise les consommateurs à changer leur mode de consommation ? Ça veut dire quoi au juste ?
Il y a eu une réflexion sur la manière de consommer autrement et notamment de consommer "local" ou au moins consommer "made in France", car on a vu qu'on était dépendant, entre autres pour les masques, du "made in ailleurs". On aura d'ici quelques jours dans notre boutique des masques fabriqués en France. Il y plein d'entreprises textiles de notre pays qui se sont mobilisées pour en confectionner

Lien: https://www.francebleu.fr/infos/economie-social/la-relance-eco-a-dijon-la-boutique-chouette-france-espere-reprendre-son-envol-grace-au-made-france-1589401505

Des masques en coton aux t-shirts en lin bio made in Normandie

La coopérative LINportant a lancé son activité de relocalisation textile en plein confinement. Son but : fabriquer des t-shirts en lin en Normandie à Evrecy. En attente de financements, la coopérative s'est lancée pour patienter dans la fabrication de masques, destinés aux entreprises locales. Publié le 15/05/2020 à 16h25 • Mis à jour le 12/06/2020 à 12h16



La fibre de lin tricotée proviendra notamment des champs normands • © SL/FTV Calvados Seine-Maritime Eure

Le grand atelier empli de clarté accueille pour le moment trois postes de travail. Les couturières et le couturier sont penchés chacun sur leur ouvrage.

Assemblage des carrés prédécoupés en coton avec le filtre, couture des élastiques et finitions : en moins de 5 étapes elles et il cousent ainsi 500 masques par jour.



Les locaux de l'atelier occupé pour le moment par trois couturiers • © SL/FTV

Les étapes de fabrication sont rationnalisées afin de gagner du temps.

"On ne cesse de recevoir des demandes, mais on fait le choix de répondre selon nos possibilités, on accepte les commandes de collectivités comme celle de la mairie de Creully, et ses 2500 masques.

On dépanne les petites entreprises du BTP par exemple, qui ne pourraient pas rouvrir sans être dotées de protection pour leur salariés" précise le co-fondateur de la cooperative, Paul Boyer.



Des masques en coton certifiés AFNOR sont actuellement cousus par trois couturier(e)s • © SL/FTV

Les masques sont testés officiellement pour cinq lavages et filtrent des particules de 3 microns.

Mais il s'agit bien pour le moment de coton... alors à quand leurs propres masques en lin bio ?

"Nous avons déposé un prototype auprès de la DGA, qui est totalement débordée par les demandes de test, on attend un retour de leur part, mais on prêt", affirme Paul Boyer.



Le tissu en lin tricoté et un prototype de masque, actuellement en attente de certification • © SI/FTV

Pour le moment, les masques en coton vendus 3 euros HT rencontrent une demande très forte.

"On a refusé des commandes de 25 000 pièces, cela exigerait que l'on recrute 40 couturières, que l'on devrait licencier dans quelques mois. Humainement ce n'est pas possible", précise Paul Boyer.

Du lin tricoté

C'est bien à base de ce tissu souple et fin (et qui ne se chiffonne pas-maille tricotée oblige) que les futurs t-shirts seront produits ici, à l'aide de machines industrielles.



Des t-shirts en lin bio fabriqués par des partenaires, pour les 8000 précommandes passées sur une plate-forme participative • © SL/FTV

Quant à la matière première, le lin bio, elle provient du Nord de la France et de producteurs normands.

100 000 pièces produites par an, dans l'atelier d'Evrecy, c'est l'objectif que s'est fixé la coopérative.

"Il faut s'imaginer ici deux métiers à tricoter circulaires, une table de coupe de plusieurs mètres de long et des machines à coudre avec pilotage en CAO (conception assistée par ordinateur).

On tient aussi à notre futur showroom, où l'on accueillera les curieux pour leur présenter toute notre filière textile de lin bio."



La production sera distribuée par des marques de prêt à porter, et la gamme propre à LINportant sera vendue dans l'atelier • © FTV

Quelques modèles de t-shirts de la gamme LINportant y seront proposés, mais la plupart de la production est destinée à des marques de prêt à porter ou des enseignes déjà engagées dans le made in France et/ou le bio.

S'il faut se projeter, c'est que la coopérative est toujours en attente de financement, la crise du coronavirus ayant rendu les investisseurs frileux.

Pour mieux les convaincre, une campagne a été lancée sur une plateforme participative, proposant de pré-commander un t-shirt en lin bio. La campagne s'est terminée début mai.

Succès de la production locale auprès du public

Résultat : "nous avons reçu 8 fois plus de précommandes qu'espéré! Ça représente 250 000 euros, on a pu acheter une tonne de fil de lin tricoté et cet argent récolté nous a aussi permis en partie de lancer la fabrication de masques", précise Morgane Ermeneux cofondatrice et responsable marketing de la marque.

"Cela prouve si besoin était que l'on ne travaille pas sur une petite niche en terme de marché! ", sourit Paul Boyer.



la coopérative met en relation des producteurs normands de lin et de lin bio et une filière textile locale • © SL/FTV

En attendant un retour de la part de la Région et de banques, la coopérative va lancer une souscription de titres participatifs, à destination des investisseurs.

"Grâce au succès de la campagne sur Ulule, nous avons été contactés par des sites spécialisés. Reste à définir le plafond pour la levée de fonds" estime Paul Boyer.

Les obstacles sont levés les uns après les autres.

Pour le moment, la fabrication de masques se poursuit, et devrait n'être qu'une parenthèse dans la trajectoire de la coopérative.

Stéphanie Lemaire

Lien: https://france3-regions.francetvinfo.fr/normandie/masques-coton-aux-t-shirts-lin-bio-made-in-normandie-1829450.html

"Le monde d'après" se fera avec les boutiques made in France!



Une vingtaine de boutiques prônant exclusivement le made in France ont décidé de se liguer, pour former un collectif et commencer à préparer "le monde d'après".

©Sacrés Français!

18/05/2020

La crise sanitaire a grandement impacté le secteur du commerce. Face à cette situation critique, une vingtaine de boutiques prônant exclusivement le "made in" France ont décidé de se liguer, pour former un collectif et commencer à préparer "le monde d'après".

Àl'instar de nombreux commerces, les boutiques vendant des produits *made in* France ont subi le confinement de plein fouet. Face à l'arrêt total de leur activité, nombre d'entre elles ont choisi de s'allier pour créer ensemble <u>le Collectif des boutiques du made in France</u>. Mode, cosmétique, décoration, arts de la table, ameublement, papeterie, bijoux, artisanat, etc. Tous prônent la production nationale. "Le <u>confinement</u> était l'occasion de se rencontrer, explique Yoann Yvermogeau, membre du collectif et gérant de la boutique de vêtements *made in* France <u>Sacrés Français!</u>. Nous avons fait de nombreuses visioconférences et nous nous sommes très vite entendus puisque nous partagions les mêmes valeurs. Nous avons alors décidé de créer ce collectif afin d'essayer de faire parler de nous."

La crise sanitaire a représenté un manque à gagner conséquent pour la plupart des membres du collectif, dont le contact et la proximité avec le client sont les principaux atouts. De *La Boutique du Râleur* à *Archibald et Zoé* en passant par , de nombreux commerces sont à retrouver partout en France. "Comme pour beaucoup de boutiques du collectif, je n'avais pas de site internet avant le début de la crise sanitaire. Le coronavirus a donc constitué un gros coup d'arrêt puisque sans site internet, aucune rentrée n'était possible", confie Yoann Yvermogeau.

Le collectif a donc lancé un site internet il y a environ une quinzaine de jours, avec une <u>carte interactive</u> permettant de répertorier l'ensemble des boutiques participant à l'initiative. "Cette carte permet aux gens de toute la France de retrouver les boutiques spécialisées dans le *made in* France proches de chez eux. Le site internet

reprend aussi nos valeurs, nos engagements et la raison pour laquelle nous nous battons au quotidien pour le *made in* France." Si le collectif est né de la discussion d'une vingtaine de boutiques en France, ce dernier encourage néanmoins vivement celles qui ne sont pas encore été recensées à intégrer le mouvement.

Lien: https://www.linfodurable.fr/conso/le-monde-dapres-se-fera-avec-les-boutiques-made-france-17955

Confectionnés avec de la dentelle de Caudry, ces masques made in Nord s'arrachent dans toute la France

La petite entreprise Piko and Piko, basée dans le Nord, a lancé un modèle de masque mettant à l'honneur la dentelle de Caudry. C'est un carton depuis le lancement début mai 2020.



Les masques Piko and Piko confectionnés avec de la dentelle de Caudry font un carton. (©Piko and Piko)

Par Hervine MahaudPublié le 20 Mai 20 à 20:06

Quitte à porter un masque, autant qu'il soit beau! Depuis le **déconfinement**, les masques en tissu sont devenus de véritables **accessoires de mode**. Des petits créateurs aux grandes maison, tous se sont mis à proposer des modèles plus originaux les uns que les autres.

Dans le **Nord**, la start-up **Piko and Piko** s'est lancée sur ce créneau en mettant à l'honneur le savoir-faire de la ville de **Caudry**. La **dentelle** s'affiche dorénavant sur un **masque en tissu certifié AFNOR** de haute qualité. Produit localement, ce masque s'est déjà vendu à plus de 2 000 exemplaires dans toute la France.

Un produit 100 % fait dans le Nord

« C'est en voyant <u>des soutiens-gorge détournés en masques</u> que l'idée m'est venue », raconte Florence Betrerous, qui travaille au Musée de la Dentelle à Caudry. Après en avoir discuté avec son fils, Maxime Deudon, le projet est lancé. Il ne manque plus qu'une couturière chevronnée pour les suivre dans l'aventure. « Je connaissais Brigitte Bouthemy, une couturière indépendante à Beauvois-en-Cambrésis. Elle a trouvé l'idée super chouette et nous a suivi. »

Le 1er mai, jour de lancement du <u>site internet Piko and Piko</u>, 10 commandes sont passées. Puis 20 le lendemain, et encore davantage les jours suivants. « On a commencé avec une bande de dentelle pas très grande. Alors qu'on a vu que ça s'épuisait, on est rentrés en contact avec l'entreprise Solstiss. »

Ce fabricant de dentelle, également situé à Caudry, a répondu présent. « Ils avaient le dessin qu'on voulait, un modèle bien spécifique », se réjouit Florence.

On est des Caudrésiens de pure souche alors notre but c'était aussi de mettre cette dentelle à l'honneur.

Le reste du masque est aussi qualitatif que la dentelle. « Aussi bien au niveau du coton que de l'élastique, c'est du haut-de-gamme. En plus, le produit est très local car on ne dépasse pas les 15 km autour de Caudry », indique Florence.

Plus de 2 000 masques vendus

En l'espace de deux semaines seulement, la petite entreprise a vendu plus de 2 000 masques, envoyés dans toute la France. Piko and Piko a même enregistré un pic à 1 000 commandes dimanche dernier lors d'un passage télévisé sur France 3.

« On ne pensait pas que ça allait prendre autant d'ampleur », commente Florence, qui donne un petit coup de main bénévolement. Alors, face à l'engouement, la petite société cherche de nouvelles couturières, toujours situées dans le Nord.

De nouveaux modèles devraient donc être proposés prochainement. De quoi agrandir sa collection de masques à accorder en fonction de sa tenue.

Infos pratiques:

Masques en tissu certifiés AFNOR, proposés en différentes tailles. Prix de vente : 11,90 €, frais de port à partir de 2,90 €.

Lien: https://actu.fr/hauts-de-france/caudry_59139/confectionnes-dentelle-caudry-masques-made-in-nord-sarrachent-dans-toute-france_33728130.html



Credit Photo - Saint James x Vuarnet

Le 20/05/2020par La rédaction

Saint James x Vuarnet UNE COLLAB' 100% MADE IN FRANCE

Le soleil brille, bien haut dans un ciel limpide, et c'est le moment de profiter des ces journées presque estivales pour profiter – dans la limite des 100 km bien sûr – de notre liberté retrouvée. Les filatures Saint James et le lunetier Vuarnet s'unissent pour nous offrir une panoplie de week-end idéale, 100% made in France.

Ces deux maisons là étaient faites pour se rencontrer. Historiquement implantées en France et tenante d'une qualité de fabrication irréprochable, menées par des repreneurs volontaires et attachés à la préservation des valeurs de leurs maisons, Vuarnet et Saint James nous ont imaginée une tenue de weekend

Ce sont les produits emblématiques de chacune des maisons qui ont été choisies pour porter les couleurs de cette collab' bien séduisante. Une marinière, tout d'abord, frappée du V de Vuarnet et le célèbre modèle de lunette 02 en bleu marine discrètement rayé, qui porte sur la branche le logo de Saint James.

Où ? Combien ?

En boutique et sur les sites vuarnet.com et saint-james.com Lunettes Saint James x Vuarnet, 199 euros. Marinière Saint James x Vuarnet, 65 euros.

Lien: https://www.mensup.fr/mode-homme/saint-james-vuarnet-une-collab-made-in-france-icone-218775

MODE: Une création écoresponsable et distinguée avec Polytesse



La jeune marque Polytesse propose «des vêtements riches de sens sans faire l'impasse sur le style». Les prototypes sont conçus en Côte-d'Or et les vêtements réalisés en France. Les prix s'étagent de 14,50 à 79 euros.

Polytesse, la nouvelle marque de mode solidaire et Made in France à base de bouteilles recyclées et de chutes de tissus

Alors que les acteurs politiques et économiques commencent à préparer le monde de l'après-coronavirus, la protection de l'environnement s'impose plus que jamais comme une priorité. Selon le climatologue Jean Jouzel, ancien vice-président du Giec (Groupe intergouvernemental d'experts sur le climat), "l'urgence climatique est aussi importante que l'urgence sanitaire".

Or dans ce domaine, la mode est loin d'être exemplaire! Pollution, gaspillage, manque d'éthique... le vieux modèle de l'industrie textile est en total décalage avec les enjeux actuels.

Il faut notamment savoir que:

- 700 000 tonnes de vêtements sont consommés chaque année en France, alors que nos compatriotes jettent en moyenne 12 kg de vêtements par an ;
- l'industrie textile est la deuxième industrie la plus polluante au monde (rejet de teinture dans les eaux, longs transports, usage de pétrole) ;
 - 1% seulement de vêtements sont recyclés.

En parallèle, le plastique fait aussi des ravages : 1 million de bouteilles plastiques sont vendues chaque minute, 13 millions de tonnes finissent chaque année dans l'océan, et 10 tonnes de déchets plastiques sont produites chaque seconde. Heureusement, la situation est en train de changer, portée par de jeunes créateurs qui cassent les codes et réinventent la mode, pour rester fidèles à leurs valeurs éthiques et écologiques.

A l'image de Polytesse, une jeune marque 100% française qui fabrique de beaux vêtements solidaires, chics et tendances, à base de bouteilles plastiques et de chutes de tissus sauvées de l'enfouissement et de l'incinération.

Pourquoi choisir entre l'éthique et l'élégance ? Ou entre la protection de l'environnement et ses envies de mode ?

Polytesse montre qu'il est possible de créer des vêtements riches de sens sans faire l'impasse sur le style!

La jeune marque a imaginé un look frenchy à la fois moderne et sobre, tendance et facile à porter, pour se sentir bien en toutes circonstances. Elle s'adresse donc à tous les publics, des écolos convaincus jusqu'aux fashion addicts, avec ses sweats, t-shirts et chaussettes qui ont un charme fou.

Une démarche 100% Made in France

Des patrons et des prototypes conçus en Côte d'Or, un fil de qualité tricoté dans le Nord Pas de Calais, des modèles confectionnées dans la Loire... l'aventure Polytesse est collective, puisqu'elle met à l'honneur le savoir-faire français.

Clément Pelletier, le fondateur, souligne : « Nos articles parcourent ainsi moins de 3000 km, donnent du travail à 75 personnes, et permettent de soutenir l'économie locale. »

Car derrière chaque vêtement, il y a l'implication de plusieurs ateliers passionnés : 3 filatures, 5 usines de tissage, 4 bureaux d'études, 7 PME façonnières, 2 imprimeries locales, 2 papeteries spécialisées, et 2 couturières.

Du recyclage et de l'upcycling pour préserver la planète

Polytesse, c'est zéro pétrole consommé, zéro cuir animal et zéro matière testée sur les animaux.

Les vêtements sont composés à 95% de matériaux issus de bouteilles plastique et chutes de tissus recyclées + 5% de matériaux bio et certifiés (OEKOTEX/GOTS).

Et pour permettre à tous de s'habiller sans réchauffer la planète, la marque a adopté un engagement écologique à tous les niveaux :

- encres végétales sur les cartes, étiquettes et cartons ;

- papier recyclé/recyclable et ensemencé d'herbes aromatiques ou fleurs pour les étiquettes de marques, prix et code barre ;

scotch recyclé/recyclable kraft;
colis réutilisable 100 fois.

Un fort engagement social et solidaire pour soutenir l'artisanat

« Polytesse travaille avec des entreprises, des ateliers solidaires, et des indépendants établis en France. »

Clément Pelletier

L'idée est que chaque création de vêtement profite à tous. 80% de la production est ainsi réalisée par des travailleurs en situation de handicap après de longues maladies.

Polytesse privilégie aussi la mixité des entreprises sous-traitantes : toutes sont labellisées EPV (entreprises du patrimoine vivant) ou ont survécu à la crise de l'industrie textile française. De plus, chaque partenaire a été rigoureusement sélectionné en fonction de labels / d'avis attestant de la qualité de vie de ses salariés.

Enfin, pour permettre à ses clients de participer à cette initiative solidaire, Polytesse reverse 1€ pour chaque achat réalisé à la cause de leur choix.

A propos de Clément PELLETIER, le fondateur de Polytesse Clément, 28 ans, est un autodidacte, titulaire d'un Bac génie mécanique productique, et un entrepreneur-né qui a lancé sa première société à 19 ans (un magasin de sport). Il a ensuite exercé en tant que commercial, puis est devenu gérant de 3 magasins et technico-commercial en protection auditive sur mesure pour milieux bruyants (notamment équipé les mécaniciens de bases rafale pour l'armée de l'air, des artistes et tous types d'opérateurs industriels en environnements bruyants).

Mais après un semblant de burn-out, il décide de dire stop à toute cette course au chiffre d'affaires qui se fait au détriment de l'homme et de la planète.

C'est à ce moment là que ce sportif de longue date, avec 15 ans de compétition de vtt et triathlon, devient finisher de l'Ironman de Nice en 2019. Il a alors un déclic : puisqu'il a réussi à relever ce challenge, pourquoi ne pas concrétiser son envie de fonder sa marque de vêtements ?

Il insuffle une dimension solidaire et écologique à son projet, afin de contribuer à son échelle au changement de la mode, et fonde Polytesse en 2020.

Aujourd'hui, Polytesse ambitionne de développer un réseau de magasins partenaires revendeurs et de recruter pour gérer le design et le prototypage. A moyen terme (d'ici 3 à 4 ans), Polytesse a pour objectif de produire en interne des petites séries et générer de l'emploi chez ses partenaires façonniers.



Lien: https://www.infos-dijon.com/news/cote-d-or/cote-d-or/mode-une-creation-ecoresponsable-et-distinguee-avec-polytesse.html

POOLDAY PARIS : LA NOUVELLE BOUTIQUE DES MAILLOTS STYLÉS ET MADE IN FRANCE



26.05.2020

Et si on pensait déjà aux vacances ? Histoire de se mettre dans le bain de la **dolce vita**, la toute nouvelle boutique de maillots sublimes **Poolday Paris** vient d'ouvrir ses portes en plein **Saint-Germain-des-Prés**. Pignon sur la **rue Dauphine**, ce joli écrin épuré invite au voyage et donne clairement des envies de **pool party** comme à **Miami**... De quoi essayer *in real life* les modèles vitaminés et made in France de ce jeune label dirigé par trois entrepreneures de 25 ans.

OBSESSION 70'S



Fascinée par les coupes rétro des bikinis des années 70, Julia à la D.A. puise son inspiration dans les films d'époque qui sentent bon le sable chaud et décline ses modèles dignes du **Saint-Tropez** de **Brigitte Bardot**, de **Romy Schneider** dans **La Piscine** et autres **James Bond Girls** fatales sortant de l'eau.



De quoi s'offrir un brin de sex-appeal dans des coloris unis pour chaque carnation entre le jaune soleil, le chocolat, le crème, l'indigo, le noir, le rose blush ou l'orange, franchement flatteur. Au final, on mélange à l'envi les hauts et bas de différentes formes et couleurs parmi <u>le haut à nœud entre les seins</u> $(60 \in)$, <u>la culotte taille haute</u> qui floute le bidon $(50 \in)$, <u>le haut nageuse</u> $(60 \in)$ ou on mise sur les une-pièce d'enfer entre <u>l'une-pièce le Saltwhistle signature</u> au décolleté plongeant $(110 \in)$ ou encore <u>le bustier Calarossa</u> $(100 \in)$.

BODYPOSITIVE

Chez **Poolday Paris**, la morpho est forcément sublimée. Pour preuve, les trois patronnes Julia, Gaëlle et Charlotte aux corps bien différents ont posé dans le même maillot une-pièce dans trois tailles différentes, et le résultat est toujours bluffant : comme une seconde peau, les maillots sont cintrés et gainants tout en restant hyper confortables.

En plus, conçus à côté de Lyon dans une matière ultra quali, les maillots s'avèrent également résistants au chlore et aux U.V., histoire d'enchaîner les longueurs sur plusieurs saisons. Jackpot!

Mesure Covid-19 : prise de rendez-vous possible au 09 84 13 46 34 ou à l'adresse contact@poolday-paris.com pour découvrir la boutique en micro-comité, du lundi au samedi de 11h à 13h et de 16h à 19h.

Découvrez aussi <u>10 maillots à commander illico</u> et <u>la première boutique française</u> <u>de Samsøe Samsøe</u>.

Clémence Renoux

Lien: https://www.doitinparis.com/fr/poolday-paris-boutique-maillots-de-bain-25302

La relance éco : à Châtillon-sur-Saône, une boutique éphémère pour rapprocher les clients du "made in France"

Mardi 26 mai 2020 à 7:23 -Par Cédric Lieto, France Bleu Sud Lorraine Châtillon-sur-Saône, France

Chaque jour, France Bleu Sud Lorraine s'intéresse aux acteurs qui font notre région, qui innovent. Coup de projecteur sur Patricia Lexcellent qui vient d'ouvrir dans le village de Châtillon-sur-Saône une boutique 100% "made in France".



La boutique ne propose que des articles fabriqués en France - Patricia Lexcellent Rapprocher les consommateurs des marques de vêtements et d'accessoires qui fabriquent en France : c'est l'objectif de Patricia Lexcellent, co-fondatrice de la société "D'excellentes raisons". Elle vient d'ouvrir une boutique éphémère à Châtillon-sur-Saône, dans les Vosges, à la limite avec la Haute-Marne et la Haute-Saône. Le magasin, dédié totalement au "made in France" sera ouvert jusqu'à la fin du mois d'août. Patricia Lexcellent convaincue plus que jamais que nos modes de consommation vont changer après ces deux mois de confinement.

Des produits vosgiens, lorrains mais pas seulement

Dans cette ancienne étable aménagée en boutique et lieu d'exposition, au coeur d'un village d'à peine plus d'une centaine d'habitants, on trouve **de la**

déco, des vêtements, quelques gourmandises. Tout est fabriqué en France, garantit Patricia Lexcellent :

"Les chaussettes Bleuforêt, le linge Garnier Thiébaut pour les Vosges, des produits du Grand Est avec les jeans de Davy Dao, faits à Nancy, de très beaux sacs fabriqués à Chaumont, la maison Baluchon."



Le magasin est installé dans une ancienne étable - Patricia Lexcellent La sélection a été réalisée avec son associée Françoise Naudet. Un duo renforcé dans ses convictions au terme de deux mois de confinement. La relance du pays passera par le "fabriqué en France" :

"Il y a des avantages économiques, puisqu'on fait vivre les PME et les petits commerces de nos territoire, de l'avantage social puisque c'est bon pour l'emploi et puis un avantage environnemental puisqu'on réduit considérablement notre impact carbone".

Changer nos façons de consommer

Mais comme souvent quand on parle de fabrication française, il y a **souvent un prix plus élevé que la concurrence.** Un obstacle alors que certains ont vu leurs revenus diminuer ? Patricia Lexcellent veut croire que non :

"Vous parlez d'un jean fait en France et d'un jean d'une marque très célèbre avec une étiquette rouge, vous êtes à peu près sur la même gamme de prix. C'est l'occasion d'entrer dans une consommation peut être moindre en quantité mais plus raisonnable sur la durée."

Après avoir pris place pour un essai aux galeries Lafayette de Strasbourg, "D'excellentes raisons" tente le pari du secteur rural, déjà plus habitué à une consommation locale dans l'alimentaire. Une enseigne qui cherche à se développer à plus grande échelle. Les mairies intéressées peuvent contacter Patricia Lexcellent pour importer dans leur ville le concept.

Lien: https://www.francebleu.fr/infos/economie-social/la-relance-eco-a-chatillon-sur-saone-une-boutique-ephemere-pour-rapprocher-les-clients-du-made-1590067763

Label Chaussette lance sa collection de chaussettes recyclées "made in France"

Publié Le 27 Mai 2020 à 13h14

La marque de chaussettes stylées et "Made in France" Label Chaussette lance sa 1ère collection de chaussettes 100% recyclées et fabriquées dans le Limousin.



Label chaussette: Des chaussettes made in France et 100% recyclées!

Stylé jusqu'au bout des pieds, c'est ce que propose la marque Label Chaussette qui conçoit ses collections en collaboration avec des artistes issus d'univers variés : illustration, presse, graphisme, arts plastiques, mode, street-art...

" Nous parcourons les galeries d'art et les réseaux sociaux pour dénicher des artistes avec des sensibilités très différentes. Nous en avons même trouvés au détour d'une rue! Il en ressort une grande richesse créative et des chaussettes qui ont une histoire " expliquent Xavier et Guillaume, les deux fondateurs, qui se sont rencontrés sur les bancs de l'école de commerce Audencia à Nantes avant de fonder leur marque de chaussettes chic et trendy.

Parce que leur objectif est aussi de <u>concilier mode et développement durable</u>, les deux compères ont lancé une nouvelle collection de chaussettes éco-responsables fabriquées à partir de coton recyclé (issu de vêtements usagés) et de plastique recyclé.

Voir le film de présentation Une chaussette pour la planète

Les matières premières sont recyclées à Alicante en Espagne, les chaussettes sont ensuite tricotées en France à Limoges chez Broussaud Textiles, puis envoyées au centre logistique situé à lvry.

"Notre fabricant, Broussaud Textiles, opère depuis plus de 80 ans et est labellisé Origine France Garantie (OFG) et Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV) "précisent Xavier et Guillaume qui ont à coeur de contribuer à dynamiser l'économie locale avec leur société mais aussi de veiller à leur empreinte écologique. Comment ? grâce à une production qui ne nécessite que "très peu d'eau et aucun produit chimique, et n'émet que très peu de CO2", une logistique optimisée pour réduire la pollution liée au transport et au stockage (la marque ne produit ce qu'elle vend), et un packaging "zéro déchet" juste constitué d'un bandeau en papier recyclé pour présenter les chaussettes au clients.

Label Chaussette est de plus membre et adhérent de l'organisme 1% For The Planet : 1% de son chiffre d'affaires annuel est reversé à des associations écologiques.

Et pour la qualité des produits, n'allez pas croire que parce qu'elles sont issues du recyclage, les chaussettes ne sont pas confortables! Elles allient douceur, confort, résistance et solidité!

Les chaussettes Label Chaussette sont de plus proposées à des tarifs raisonnables grâce à l'utilisation de circuits courts et donc à la réduction des intermédiaires.

La nouvelle <u>collection éco-responsable Label Chaussette</u> est disponibles en pré-commande sur Ulule - <u>ulule.com/chaussette-planete</u> - jusqu'au 12 Juin 2020. Comptez 24€ pour 2 paires, 29,90€ pour 3 paires, 39€ pour 4 paires, ou encore 80€ pour 10 paires, avec une livraison gratuite en France métropolitaine. 4 couleurs sont pour l'instant proposées : beige sable, blanc naturel, bleu océan et gris anthracite. Mais l'idée est de proposer bientôt des modèles plus colorés et des conceptions plus artistiques pour le reste de la gamme éco-responsable.

Mathilde Emery

Lien: https://www.bioaddict.fr/article/label-chaussette-lance-sa-collection-de-chaussettes-recyclees-made-in-france-a6451p1.html

Slow Fashion : 5 marques françaises engagées à découvrir !

PAR ANNE TAFFIN - 28 MAI 2020 / 14H00

"Buy less, buy better. Make fewer styles, design better". Plus respectueuse de l'humanité et de la planète, voilà ce que doit être la mode pour Yvon Chouinard et les cinq marques françaises présentées dans cet article.

Les vêtements sans cachet, qui s'usent en quelques mois et nuisent à la planète, trop peu pour vous ? Vous êtes au bon endroit. Les cinq marques suivantes s'engagent pour la planète et la protection de celles et ceux qui les fabriquent.

Forlife, des vêtements pour la vie

Après Cuisse de Grenouille, Séverin et Lucas Bonnichon récidivent dans l'univers de la mode en lançant <u>Forlife</u>. Leur promesse : des vêtements pour la vie. Chemises, pulls en laine mérinos, sacs, chaussures, ne cherchez pas l'extravagance, la simplicité règne sur la collection de Forlife. Les deux frères fondateurs ont développé une gamme de vêtements intemporels réalisés à partir de matières premières de haute qualité.

L'entreprise travaille avec des usines au Portugal, en Italie et en Inde. L'atout de Forlife en plus de la qualité de ses produits premium : sa transparence. Provenance des matières premières, emplacement des usines de production et coût de fabrication, tout est affiché sur leur site. Le consommateur sait tout du produit qu'il achète!

Kalyca conjugue les traditions françaises et africaines

Du secteur bancaire à la mode, il n'y avait qu'un pas que Lynda Cazilhac a franchi cette année en lançant <u>Kalyca</u>. La créatrice née à Abidjan, a imaginé une collection colorée et festive à la croisée des savoir-faire français et africains. La philosophie de la marque repose sur la valorisation de l'artisanat traditionnel africain, la conservation des emplois en France (grâce à une confection Made in France) et le respect de l'environnement et de l'humanité.

Lynda Cazilhac utilise du coton bio tissé et teint en France, du coton de qualité supérieure cultivé, filé et tissé au Burkina Faso et en Côte d'Ivoire, de la soie de Lyon et de la dentelle en coton française du Puy-en-Velay. Les tissus « tye and die » sont teints selon des techniques ancestrales ivoiriennes à base de teintures végétales.

La créatrice travaille avec des associations qui forment des femmes en situation précaire aux métiers du tissage au Burkina Faso et des personnes en situation de réintégration sociale en France. La gamme de vêtements et d'accessoires de Kalyca s'adresse aux femmes, aux hommes et aux enfants!

Polytesse, la marque qui respecte la planète

<u>Polytesse</u>, c'est une gamme de vêtements fabriqués à partir de bouteilles en plastique et de chutes de tissu sauvés de l'enfouissement ou de l'incinération. La marque propose ainsi des sweats, chaussettes et tee-shirts composés à 95% de produits recyclés et 5% de matériaux bio et certifiés OEKOTEX / GOTS.

L'entreprise utilise également de l'encre végétale et du papier recyclé/ recyclable et ensemencé pour ses étiquettes de marques et de prix. Selon l'Ademe, la fabrication d'un produit Polytesse consomme 90% d'eau et 70% d'énergie de moins qu'un vêtement classique.

L'engagement de la marque ne se limite pas à l'environnement, les produits sont réalisés en France, à 80% par des travailleurs en situation de handicap. Un vêtement Polytesse acheté, c'est aussi un euro reversé à l'association de votre choix.

Second Sew prolonge la vie des tissus

Fins de rouleaux de tissus, draps, rideaux, voilà la matière première qu'utilise Camille Brun-Jeckel pour réaliser ses créations. Chinés dans des brocantes et chez Emmaüs, les tissus trouvent une seconde vie sous l'aiguille de sa machine à coudre. D'où le nom de sa marque, <u>Seconde Sew</u>! Les modèles conçus sont simples et adaptés à l'usage des bébés et des enfants, la gamme s'adressant aux bouts de chou de 0 à 4 ans.

L'utilisation d'anciens draps ou rideaux permet de créer des pièces uniques aux motifs originaux. Depuis 2019 et devant la croissance des

demandes, Second Sew travaille avec un atelier basé à Calais qui favorise l'accès à la qualification et à l'emploi des personnes en difficulté d'insertion professionnelle. La démarche éco-responsable de Second Sew a été certifiée par SloWeAre, le label de confiance de la mode responsable.

Les Barrés, la marque qui s'exprime pour vous

Vous avez quelque chose à dire ? Pourquoi ne pas l'écrire et l'arborer sur un tee-shirt ou un sweat ? Jeune marque lancée en 2019, <u>les Barrés</u> joue sur la singularité en confectionnant des vêtements à message brodé ou floqué. "Pastis au bar, rosé en terrasse", "maman cool, maman poule", "beurre salé, beurre doux", la marque propose déjà 50 slogans différents. Si vous ne trouvez pas celui qui vous correspond, aucun problème, vous pouvez aussi créer le vôtre. Réalisés en coton bio, les tee-shirts et les sweats sont brodés dans deux ateliers parisiens. Pour raisonner leur production, les fondateurs ont choisi de fabriquer les produits à la commande.

En un an, les quatre cofondateurs ont vendu 3000 pièces.

Lien: https://www.maddyness.com/2020/05/28/slow-fashion-polytesse-forlife-les-barres/

VIDEO. Coronavirus: le plus ancien fabricant de jeans français a réussi à produire très vite 85 000 masques grâce à ses fournisseurs présents dans l'Hexagone

La proximité de ses partenaires a permis à une société en Lozère de répondre en quelques jours à la pénurie de masques de protection contre la Covid-19. "Merci le 'made in France' de tous les jours", se félicite son patron Julien Tuffery... Extrait du magazine "13h15 le dimanche" du 31 mai 2020.

Mis à jour le 31/05/2020 | 16:41 publié le 31/05/2020 | 15:51

Il n'y a pas eu que des jeans "made in France" qui ont été fabriqués à Florac, dans le département de la Lozère, pendant la crise sanitaire inédite liée à la pandémie du <u>coronavirus Covid-19</u>. Une autre production est venue s'ajouter à celle plus traditionnelle de l'Atelier Tuffery... depuis 1892. Julien Tuffery et son épouse Myriam préparent ce matin-là le dernier lot de masques confectionnés par l'entreprise familiale. Les quatre cents derniers des 85 000 réalisés depuis ces quelques mois où cette protection a fait souvent défaut un peu partout en France.

"Cela prouve encore l'intérêt d'avoir des ateliers textile sur son territoire"

"Le dimanche juste avant le confinement, on entendait pas mal d'appels de centres médicaux-sociaux comme de tous les métiers qui continuaient à travailler et demandaient des masques", explique Myriam au magazine "13h15 le dimanche"

(replay). "On pensait faire une poignée de masques et cela a été des dizaines de milliers", ajoute le président de la société.

"On s'est vraiment sentis utiles. Et merci le 'made in France' de tous les jours, précise Julien Tuffery. Cette toile vient des Vosges. En quelques jours, on a pu appeler nos partenaires de presque toujours. On avait besoin de quatre kilomètres de toile et cent de ruban. En trois jours, cela a été conditionné et livré. Cela prouve encore l'intérêt d'avoir des ateliers textile et autres sur son territoire... puisqu'on peut aller très vite."

Lien: https://www.francetvinfo.fr/replay-magazine/france-2/13h15/video-coronavirus-le-plus-ancien-fabriquant-de-jeans-francais-a-reussi-a-produire-tres-vite-85-000-masques-grace-a-ses-fournisseurs-presents-dans-l-hexagone_3989463.html

Il y a 4 mois

Les 20 meilleures marques de mode masculine "made in France

Depuis toujours, la mode française fait partie des références incontournables du secteur. Le savoir-faire des entreprises de l'Hexagone est reconnu internationalement, et la mention "made in France" apposée sur un quelconque article est un gage de qualité. Pour que cette dernière puisse être affichée, il faut bien entendu que les vêtements et autres accessoires respectent certaines obligations légales. Pas de pitié pour la contrefaçon! Nous allons vous présenter ici notre sélection des 20 meilleures marques françaises de mode masculine. Nous avons choisi de les classer par ordre alphabétique.

- 20 marques de mode pour homme "made in France" à connaître
 - o 1. Blanc Bonnet
 - o 2. CARUUS
 - o 3. Chevrons
 - o 4. Cinabre
 - o 5. Fleurs de Bagne
 - o 6. Galucebo
 - o 7. Garçon Français
 - o 8. Heschung
 - o 9. Jacques & Déméter
 - 10. La Chaussette Française
 - o 11. La Chemise Française
 - 12. La Pantoufle à Pépère

- 13. Le Cog Sportif
- o 14. Les bretelles de Léon
- 15. Le Slip Français
- o 16. Le t-shirt Propre
- o 17. Maison Izard
- 18. Monsieur Falzar
- o 19. Paris Yorker
- o 20. Saint James

20 marques de mode pour homme "made in France" à connaître

On vous avait déjà concocté un article regroupant <u>les principales</u> <u>marques de vêtements pour hommes à connaître ou à éviter</u>. On a voulu aller plus loin aujourd'hui, en vous préparant une sélection "made in France".

Dans cet article, nous avons dû opérer un tri parmi toutes les belles marques pouvant arborer fièrement leur origine à 100 % française ou presque. Cette liste est bien sûr quelque peu subjective, mais nous espérons vous faire (re)découvrir <u>les fleurons de la mode "made in France"</u>, classés par ordre alphabétique afin de n'en privilégier aucun.

1. Blanc Bonnet



Blanc Bonnet est l'un des noms les plus connus dans le monde du bonnet français. La marque a été lancée en 2008 par les Ateliers Peyrache, qui ont derrière eux une histoire de 150 ans. Basés depuis toujours au cœur de l'Auvergne, ces derniers sont fiers d'être restés fidèles à leur région et leur pays, malgré les tentations souvent alléchantes de la délocalisation!

Visiter le site de Blanc Bonnet

2. CARUUS



La grande originalité des très belles baskets éco-responsables de CARUUS vient du fait qu'elles sont totalement recyclables. Un concept véritablement novateur et s'inscrivant dans l'air du temps.

Visiter le site de Caruus

3. Chevrons



Les jeans font partie des incontournables de la garde-robe de l'homme moderne. Ceux de la marque Chevrons sont le fruit de la collaboration entre plusieurs artisans installés sur le territoire français.

Visiter le site de Chevrons

4. Cinabre



Cinabre vous propose une large gamme de cravates et de nœuds papillon, ainsi que d'autres accessoires de mode raffinés totalement "made in France". C'est le fournisseur officiel des cravates de l'actuel Président de la République, Emmanuel Macron!

Visiter le site de Cinabre

5. Fleurs de Bagne



Voilà une marque qui plaira à ceux qui aiment arborer un look vintage ou d'<u>inspiration militaire</u>. Ses vestes et ses blousons, notamment, sont vraiment faits pour ce<u>ux qui ont un esprit quelque</u> peu "bad boy".

Visiter le site de Fleurs de Bagne

6. Galuceho



Roanne, dans le département de la Loire, est une commune qui doit beaucoup à l'industrie du textile. Le créateur de la marque savait donc ce qu'il faisait en y lançant la marque Galucebo au début des années 2010. Ses <u>polos</u> sont bien coupés et agréables à porter, et tous les vêtements qu'elle propos<u>e sont d'excellente fa</u>cture.

Visiter le site de Galucebo

7. Garçon Français



C'est à Troyes, dans le Grand Est, que sont fabriqués la grande majorité des t-shirts, chaussettes et sous-vêtements de <u>Garçon Français</u>. Et ce depuis 2012. Ses maillots de bain pour hommes sont de bonne qualité.

Visiter le site de Garçon Français

8. Heschung



Chez les Heschung, on est chausseurs de père en fils. Du moins depuis 1934... Basée en Alsace, la marque propose aujourd'hui <u>une gamme</u> variée de chaussures élégantes et distinguées allant des sneakers aux mocassins en passant par les sandales et les derbys.

Visiter le site de Heschung

9. Jacques & Déméter



Des chaussures de ville très élégantes et ayant une longue durée de vie développées par un véritable passionné. Le cuir dans lequel elles sont fabriquées est issu des tanneries françaises les plus réputées.

Visiter le site de Jacques & Demeter

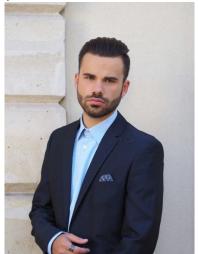
10. La Chaussette Française



Des chaussettes haut de gamme développées depuis 1924 par une société familiale, la manufacture Perrin. Cette dernière a reçu en 2014 le label EPV (Entreprise du Patrimoine Vivant) de l'État français.

Visiter le site de La Chaussette Française

11. La Chemise Française



L'un des spécialistes de la chemise de haute qualité en France. Installée en Bourgogne depuis plus de 70 ans, cette entreprise a su s'imposer sur le marché grâce à son sérieux et son amour du bel ouvrage.

Visiter le site de La Chemise Française

12. La Pantoufle à Pépère



De véritables pantoufles françaises pour tout le monde et tous les goûts... La marque produit également des mules ainsi que des casquettes au look ravageur.

Visiter le site de La Pantoufle à Pepere

13. Le Coq Sportif



Créée il y a près de 140 ans, cette marque est devenue au fil du temps une référence au sein du monde sportif, du football au rugby en passant par le cyclisme. Ses vêtements et ses chaussures sont aujourd'hui présents sur tous les continents. Une raison de plus pour se souvenir que <u>Le Coq Sportif</u> est une très belle marque "made in France".

Visiter le site du Coq Sportif

14. Les bretelles de Léon



Un des spécialistes des bretelles fabriquées de A à Z sur le territoire français. Cette marque propose également des ceintures tressées et en cuir, ainsi que des nœuds papillon et des bonnets.

Visiter le site des Bretelles de Leon

15. Le Slip Français



Comme son nom le laisse suggérer, cette entreprise s'est spécialisée depuis 2011 dans la fabrication de sous-vêtements masculins et féminins. Et dire que la belle aventure a débuté pour elle au fond d'un garage! Le Slip Français est aujourd'hui l'une des marques "made in France" les plus connues... à juste titre!

Visiter le site du Slip Français

16. Le t-shirt Propre



Concevoir un t-shirt proprement sans exploiter personne ni abîmer la planète. Voilà l'idée de départ des créateurs de cette marque. En choisissant ces t-shirts, vous valoriserez bien entendu le savoir-faire français, mais vous participerez également à votre niveau à améliorer votre impact sur l'environnement.

Visiter le site du T-shirt Propre

17. Maison Izard



Maison Izard s'est lancé le défi de mettre en valeur la laine des Pyrénées de manière artisanale tout en respectant l'environnement. Ses très beaux pulls et ses bonnets sont le résultat de ce noble projet...

Visiter le site de Maison Izard

18. Monsieur Falzar



Les jeans "made in France" de Monsieur Falzar se veulent à la fois éthiques, urbains et différents. Au vu du résultat, l'on peut dire que le pari est réussi. Les coutures sont solides, assurant de pouvoir porter ces jeans encore et encore pendant de longues années. Et les finitions sont originales.

Visiter le site de Monsieur Falzar

19. Paris Yorker



Les pulls en laine pour hommes de Paris Yorker sont fabriqués avec des matériaux de première qualité. N'étant commercialisés que sur internet, ils sont proposés à des prix défiant toute concurrence! Un regret tout de même: certains de ses pulls sont fabriqués... en Bulgarie.

Visiter le site de Paris Yorker

20. Saint James



Les Tricots Saint James sont implantés depuis plus d'un siècle en Normandie, dans la commune de Saint-James, à quelques kilomètres seulement du Mont-Saint-Michel. Ce sont surtout ses marinières et ses pulls à rayures horizontales qui ont fait sa réputation... comme Armor Lux, mais cette dernière ne fabrique qu'une partie de ses vêtements en France!

Visiter le site de Saint James

Lien: https://www.masculin.com/style/413168-marques-mode-homme-made-in-france/



04 Juin 2020

PARIS : La Chaussette de France et Yoann Stuck, une collaboration pour une chaussette originale et innovante

Written by Floriane. Posted in INFOS NATIONALES

LCF La Chaussette de France possède de nombreux ambassadeurs. On pense notamment à Marie Martinod et Enak Gavaggio qui ont tous les deux signé une paire de chaussettes de ski. En plus de ces deux modèles signature, un troisième est venu s'ajouter, celui du traileur français, Yoann Stuck.

Présentation de Yoann Stuck

Yoann Stuck a une histoire fascinante. Il faut remonter 10 ans en arrière pour la comprendre. Il décide d'arrêter de fumer et de se mettre à la course à pied. Il prend ses baskets pour courir 25 minutes. Puis, tout s'emballe et sa métamorphose s'opère. D'un homme de 95 kg, il devient un athlète compétitif. Il s'inscrit à son premier 10km à Lyon en 2010, puis à un semi, un marathon, un trail, des ultras, etc. Yoann multiplie les courses et les podiums. Acharné de travail, il ne s'arrête jamais et draine derrière lui une importante communauté sur ses réseaux sociaux (Facebook et Instagram). Défendant le made in France et préconisant une démarche durable et responsable, c'est tout naturellement qu'il devient ambassadeur de LCF La Chaussette de France en 2019.

Présentation du modèle Signature Yoann Stuck de la gamme Rock & Run

Yoann Stuck Signature – Rock & Run – 25 euros

Premier modèle de la gamme Rock & Run, cette paire de chaussettes est à l'image de Yoann Stuck : stylée et performante, belle et technique. Mi hautes et bicolores, elles sont très confortables et idéales pour des sorties de plusieurs heures. Ces chaussettes sont sans frottements, durables et responsables. Cette conception exclusive en polyamide, polyester, coton et élasthanne va aussi bien ravir les runners que les traileurs.

À propos de LCF La Chaussette de France :

LCF La Chaussette de France appartient au Groupe Tismail, fondé en 1961. Tismail, basé à Troyes, est l'un des derniers fabriquants de chaussettes en France. La Chaussette de France existe depuis sept ans et est spécialisée dans les chaussettes outdoor, running, trail, ultra-trail, ski et snowboard. Elle est présente dans plus de 600 boutiques revendeurs en France et dans 200 en Europe.

Lien: http://www.presseagence.fr/lettre-economique-politique-paca/2020/06/04/paris-la-chaussette-de-france-et-yoann-stuck-une-collaboration-pour-une-chaussette-originale-et-innovante/

Les polos Jean Fil 2020 : patience, ils arrivent !

Marielle FOURCADE - Le 04 juin 2020 à 22h32



Il va falloir patienter encore un peu pour les découvrir. Les polos Jean Fil, issus de la première cotonneraie de l'Hexagone située à Montréal-du-Gers, seront disponibles fin juin, début juillet, avec l'arrivée officielle de l'été sur le calendrier.

La bonne nouvelle, c'est que la gamme va s'enrichir de six nouvelles couleurs, « plus flashy » concède (sans qu'on puisse lui arracher le moindre indice supplémentaire) Yohan-Charles de Wit, qui n'a pas hésité à se lancer en 2016, avec Médéric et Samuel Cardeillac, ses deux beaux-frères, dans ce pari fou – et formidablement relevé – de faire pousser du coton en pleines terres gasconnes.

« Avec la crise liée au coronavirus, nous avons pris du retard sur tout, notamment au niveau de la filature. Normalement, nous aurions dû recevoir les nouveaux polos, fin mai. Mais là, tout va bien. Nous venons tout juste de valider la nouvelle texture, à Troyes. Il reste maintenant la teinture et la confection.».



Victimes de leur succès, les vêtements hommes en vente sur le site sont en rupture de stock. Normal lorsqu'on sait que Jean Fil mise sur la garantie d'un vêtement de qualité, solide, durable, prévu pour être transmis d'une

génération à l'autre. Du « fabriqué en France », dans le respect d'une agriculture raisonnée, comme on l'aime.

La toute première récolte issue de la transformation du coton 100 % gersois, en 2017, avait donné naissance à une centaine d'exemplaires, sitôt vendus ! Celle de 2018 avait permis d'obtenir 550 pièces, deux ans seulement après les débuts de l'entreprise familiale.

« La récolte de 2019, qui s'est très bien passée (sous l'œil des caméras de télévision - ndlr) va fournir trois à quatre mille polos. Ils seront proposés à la vente dès qu'on les aura reçus. Nous sommes en période de tests sur les coloris, et, si tout va bien, nous aurons six nouvelles teintes pour la collection hommes » poursuit Yohan-Charles.

Les dames pourront toujours se consoler en admirant leurs compagnons afficher de nouvelles couleurs, et en achetant un produit de la gamme qui leur est destinée (en bleu marine ou beige).

Une chose est sûre, il ne faudra pas attendre trop longtemps pour faire son choix, une fois les polos en ligne. Et si l'on hésite trop, autant les prendre en plusieurs tons !

https://www.jeanfil.fr

Photos DR

Lien: https://lejournaldugers.fr/article/42745-les-polos-jean-fil-2020-patience-ils-arrivent

Nantes : Pour chaque paire de Bonpied achetée, la marque de chaussettes en offre une aux SDF

SOLIDARITE L'entreprise, lancée par une Parisienne et deux Nantais, vient d'atteindre le cap des 1.500 paires de chaussettes données



Julie Urbach

Publié le 10/06/20 à 17h02 — Mis à jour le 10/06/20 à 17h02



La marque de chaussettes solidaire Bon pied — Bonpied

- Lancée il y a un an, la marque de chaussettes Bonpied distribue régulièrement des chaussettes à des associations caritatives.
- Afin d'augmenter ses ventes, et donc ses dons, elle lance une nouvelle gamme en fil recyclé.

Une paire achetée, une paire offerte. Mais pas à n'importe qui dans le cas de <u>Bonpied</u>. Créée il y a moins d'un an, cette marque solidaire et « made in France » a décidé de fournir des chaussettes aux personnes à la rue. C'est d'ailleurs la raison

d'être de cette initiative, qui vient de passer il y a quelques jours le cap des 1.500 paires distribuées à des <u>SDF</u>.

« J'ai commencé à faire des maraudes près de chez moi, dans le 12e arrondissement de Paris, et je me suis vite aperçue qu'il y avait un trou dans la raquette, raconte Sandrine Vergnory-Mion, 48 ans, à l'initiative du projet et bénévole à la <u>Protection civile</u>. On propose de la nourriture et des vêtements, mais principalement des grosses pièces comme des pulls ou des pantalons. Pourtant, les chaussettes sont très importantes : pour avoir chaud bien sûr mais aussi pour la santé des pieds, qui sont le moyen de transport de ces personnes, qui se déplacent beaucoup, parfois 10 ou 15 km par jour. » Problème : peu de particuliers pensent à donner ce genre de vêtements, et les associations n'ont pas forcément les fonds pour en acheter.



La marque de chaussettes solidaire Bon pied - Bonpied Créées à Nantes, fabriquées dans le Limousin

Après avoir réfléchi à divers projets, cette consultante auprès de start-up parle de son concept à Cathy et Dominique, un couple d'amis nantais designers textiles. Emballés, ils créent tous les trois la société et dépassent même de 1.000 euros leur campagne de financement participatif lancée <u>sur Ulule</u>. Une quatrième personne rejoint l'équipe, là aussi bénévolement.

Depuis Nantes, plusieurs modèles sont créés et expédiés (18 euros la paire), la plupart colorés et à motifs. Il y a aussi les unies (grises et noires), plus épaisses et plus hautes : ce sont ces chaussettes qui sont distribuées aux sans-abri, par l'intermédiaire d'associations, comme ont déjà pu le faire les Restos du cœur à Nantes, ou Socks en stock à Lille. Sandrine Vergnory-Mion a pu aussi en remettre personnellement, pendant ses maraudes. « L'occasion d'avoir des retours immédiats ! », sourit-elle.

En plus d'être solidaires et fabriquées en France dans le Limousin, les « chaussettes bienveillantes » veulent aller plus loin en lançant une gamme faite en fil issu du recyclage de coton et de bouteilles en plastique. « On mise cette fois sur les couleurs foncées, plus sobres, pour répondre aux besoins de tout le marché »,

explique la fondatrice. Objectif : accélérer la machine pour atteindre les 10.000 paires vendues (et donc le même nombre de paires données) à la fin de l'année.

NOTRE DOSSIER MIEUX VIVRE LA VILLE

En attendant, l'entreprise tente de diversifier ses sources et s'apprête à redistribuer des chaussettes, étiquetées <u>Kindy</u> cette fois. Elle a convaincu le fabricant de lui vendre un premier stock d'invendus (composé de quelque 200 paires) et espère que d'autres marques répondront à cet appel du pied.

Lien: https://www.20minutes.fr/societe/2796719-20200610-nantes-chaque-paire-bonpied-achetee-marque-chaussettes-offre-sdf

Maison ALFA, pour consommer la mode autrement



©Maison Alpha

15/06/2020 - Mise à jour 23/06/2020

Chaque semaine, nous vous donnons la possibilité de gagner des cadeaux durables. Aujourd'hui, nous donnons la possibilité à une personne de gagner une pièce au choix parmi les modèles proposés dans la nouvelle collection d'été ou dans la collection de printemps de la Maison ALFA.

Fondée en 2016 par Alice DURUPT, <u>Maison ALFA</u> est née de l'envie d'un dressing plus éthique, d'un désir de **consommer les vêtements et la mode autrement, plus justement.** La philosophie de sa fondatrice ? Transformer notre façon de consommer nos vêtements en proposant **un vestiaire éco conçu revalorisant des textiles délaissés** par de nombreux industriels français et européens. Plus communément appelée "**upcycling**" cette pratique permet **d'éviter la reproduction de matière neuve.** Une bonne manière de rendre la **mode** plus vertueuse et **respectueuse de l'environnement.**

L'ensemble des matières premières utilisées par Maison ALFA est issu de "deadstock", des stocks endormis provenant de grandes enseignes et d'ateliers de production en France et en Europe. Adepte du dicton "Rien ne se perd tout se transforme!", Alice met un point d'honneur à donner une seconde vie à ces tissus déclassés car ils présentent de petits défauts et/ou ont été produits en trop grande quantité.

Les collections d'Alice sont conçues dans un style **confort-chic mêlant intemporalité et originalité.** Chaque année, la marque produit **quatre collections en fonction des saisons**: printemps, été, automne, hiver. Des
collections semi-exclusives dictées par l'envie de **produire plus justement en favorisant la qualité à la quantité**. Saison après saison, Maison ALFA propose un
vestiaire complet de deux à cinq modèles composés de leurs modèles
phares, **retravaillés et améliorés en fonction des retours de leurs clients**, mais
aussi de nouvelles pièces guidées par la saisonnalité.

Ainsi, la marque dispose d'une **gamme complète de produits intemporels** qui s'accordent avec tout, pour le jour comme pour le soir, allant du t-shirt au manteau en passant par les robes et les chemisiers, le tout **fabriqué Made in France** et **écoconçu**. Une gamme de produits qu'Alice propose à des prix raisonnables, allant de 60 € à 250 € **pour que le prix ne soit pas un frein à une consommation plus durable et plus responsable !**

Lien: https://www.linfodurable.fr/technomedias/maison-alfa-pour-consommer-la-mode-autrement-18330

AUTEUR: MARION DESLANDES

PUBLIÉ LE 17 juin 2020

FashionCube (Jules, Pimkie...) va implanter un site de production de jeans dans le Nord

Depuis près de deux ans, l'alliance d'enseignes de la galaxie Mulliez (nommée au départ Fashion3, puis FashionCube) tente de transformer son business model pour adopter une approche zero waste (zéro déchet). Le propriétaire des chaînes Jules, Bizzbee, Pimkie, Rouge Gorge ou encore Grain de Malice fait un pas de plus en ce sens en annonçant pour le second semestre 2021 la mise en service d'une usine de production de denim qui sera implantée dans son berceau du Nord de la France.



Les jeans Jules auront-ils pour certains une étiquette 'made in France' l'an prochain ? - DR

Ce projet nommé "le cube" aura à terme la capacité de confectionner 410 000 jeans par an pour les différentes marques de cet écosystème. Ce qui représente à l'heure actuelle 6 % de ses volumes en matière de toile bleue. Idéalement, FashionCube entend installer cette unité de fabrication à Roubaix, où plusieurs de ses enseignes ont leur siège. 76 salariés y seront employés.

Pour mettre en œuvre cette stratégie de relocalisation de production, FashionCube s'est allié à un industriel "très impliqué dans les démarches RSE, ayant plus de 65 usines dans le monde", sans en dévoiler le nom pour l'instant. Le délavage sera par exemple réalisé en utilisant les "technologies les plus respectueuses de l'environnement".

L'objectif est de "limiter l'impact environnemental, de ne produire que ce que les clients achètent, avec la volonté dé démocratiser le made in France". Une question prégnante à l'heure où le sourcing mondialisé est de plus en plus discuté, surtout en temps de crise.

L'alliance d'enseignes affirme que les prix de ses jeans 'made in Nord' ne seront pas plus élevés que ceux qu'elle vend actuellement, tout en préservant les marges. Alors comment y parvenir ? Grâce aux fameuses "technologies innovantes" du partenaire, selon FashionCube, ainsi qu'au principe de production locale qui à vocation "à limiter la surproduction".

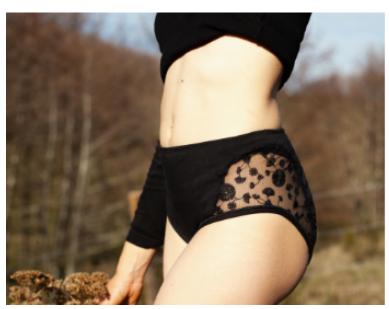
Rappelons qu'il y a un an, on apprenait que FashionCube préparait <u>l'implantation dans le Nord d'une usine de tee-shirts</u>. Un projet qui a été modifié, ou qui s'additionne à celui du jean ? Pour l'heure, le groupe n'a pas répondu à notre sollicitation.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés.

© 2020 FashionNetwork.com

Lien: https://fr.fashionnetwork.com/news/Fashioncube-va-implanter-un-site-de-production-de-jeans-dans-le-nord,1224573.html

Petites Culottées, la lingerie menstruelle qui maintient l'élégance et la beauté de la femme



©Petites Culottées

17/06/2020 - Mise à jour 19/06/2020

Chaque semaine, nous vous donnons la possibilité de gagner des cadeaux durables. Aujourd'hui, nous donnons la possibilité à deux personnes de remporter un pack d'une valeur de cinquante-quatre euros composé d'une culotte menstruelle "L'audacieuse", d'une pochette et d'un filet de lavage de la marque Petites Culottées.

<u>Petites Culottées</u>, est une marque française de <u>lingerie menstruelle</u> **écoresponsable** créée par Shonnead Dégremont. La jeune femme a mis à profit ses cinq années d'études aux quatre coins du monde pour mûrir son projet et partir à la recherche des <u>meilleures matières et de différents savoir-faire</u>, dans l'optique de créer une <u>lingerie menstruelle respectueuse du corps des femmes et de l'environnement</u>.

La période menstruelle étant délicate pour les femmes, l'idée de la marque est de proposer une solution saine et pratique adaptée à cette période délicate, sans omettre l'esthétique. Les modèles sont ainsi imaginés et dessinés par la jeune fondatrice, et sont ensuite fabriqués dans l'usine de Lemahieu, spécialiste du sous-vêtement depuis 1947, à partir de tissus sans nanoparticules : dentelle de Noyon-Calais, broderie Leveaux et coton certifié OEKO-TEX.

Petites Culottées se voulant **respectueuse et durable**, les productions sont réfléchies. La marque a ainsi choisi de ne **produire que les quantités nécessaires** grâce à un système de **pré-commandes** déclenchant la confection des

modèles. Et l'ensemble des déchets et chutes de tissus sont recyclés, pour un circuit avec le moins de pertes possibles.

Du fil à la pose des vignettes, tout est **conçu et fabriqué en France** de manière à valoriser le **savoir-faire Français** et être le plus écologique possible, respectant ainsi les trois préceptes : **authenticité**, **qualité et environnement**. Tricotées, coupées, cousues et confectionnés avec douceur par des mains expertes dans un seul et même atelier, la lingerie <u>Petites Culottées</u> présente toutes les qualités : **écologique**, **saine**, **absorbante** et **anti-odeur**.

Lien: <a href="https://www.linfodurable.fr/technomedias/petites-culottees-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-beaute-de-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-beaute-de-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-beaute-de-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-beaute-de-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-beaute-de-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-beaute-de-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-beaute-de-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-beaute-de-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-beaute-de-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-beaute-de-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-beaute-de-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-beaute-de-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-beaute-de-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-beaute-de-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-beaute-de-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-beaute-de-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-lingerie-menstruelle-qui-maintient-lelegance-et-la-lingerie-menstruelle-al-lingerie-menstruelle-al-lingerie-menstruelle-al-lingerie-menstruelle-al-lingerie-menstruelle-al-lingerie-menstruelle-al-lingerie-menstruelle-al-lingerie-menstruelle-al-lingerie-menstruelle-al-lingerie-menstruelle-al-lingerie-menstruelle-al-lingerie-menstruelle-al-lingerie-menstruelle-al-lingerie-menstruelle-

LES COLLANTS "MADE IN FRANCE" GERBE SAUVÉS DE LA FAILLITE PAR DES CHINOIS

Frédéric Bianchi avec AFP Le 18/06/2020 à 17:25



La marque française de collants Gerbe sauvée de la faillite. - Gerbe

Menacée de disparition, la marque historique de collants français a été recapitalisée par son actionnaire chinois qui espère toujours la lancer en Chine.

Le tribunal de commerce de Chalon-sur-Saône a mis fin jeudi au redressement judiciaire de la société Gerbe, ancien leader du bas et collant français plusieurs fois menacé de disparition, après le règlement de l'ensemble du passif par son actionnaire chinois. La société fondée en 1904 avait été placée en redressement judiciaire mi-avril après les déboires du groupe hôtelier chinois Chongqing Tianci Hot-Spring, qui avait repris Gerbe en septembre 2015.

Mais ce groupe a finalement réglé "l'ensemble du passif", selon le tribunal, qui a donc décidé d'abandonner la procédure et d'écarter deux offres de reprise qui s'étaient présentées: Kindy et la Compagnie des ateliers Peyrache, petit groupe textile auvergnat.

L'actionnaire chinois a d'ores et déjà versé 300.000 euros à l'administrateur judiciaire et s'est engagé à apporter plus de fonds si nécessaire, selon le tribunal.

Gerbe veut conquérir la Chine

Le groupe chinois a de plus annoncé en audience qu'il avait signé un accord avec des sites marchands qui comptent parmi les plus importants en Chine. Le groupe avait, lors de la reprise de Gerbe, fait naître de grands espoirs pour l'entreprise qui emploie une cinquantaine de salariés à Saint-Vallier (Saône-et-Loire), promettant d'écouler la production dans un vaste réseau en Chine, ce qui ne s'est jamais matérialisé.

Chongqing Tianci Hot-Spring avait également dit vouloir maintenir l'outil industriel pour continuer à produire du "Made in France" et ambitionnait de repositionner la marque Gerbe sur le très haut de gamme avec des investissements importants, notamment en marketing et communication en Chine.

Play Video

Chongqing Tianci comptait notamment créer de nouveaux produits qu'il devait vendre en Chine dans ses boutiques spécialisées dans les tenues de bain. **Gerbe, qui avait notamment inventé le tout premier bas avec une couture à l'arrière,** a occupé la place de leader sur le marché français durant la majeure partie du XXe siècle, employant jusqu'à 800 personnes en 1980.

Jeanne Lanvin, Coco Chanel et Christian Dior comptaient parmi ses plus fidèles clients. Victime de la mode du pantalon et de la concurrence mondiale, la société a par la suite plusieurs fois changé de mains. Ses effectifs sont passés de 530 salariés en 1995 à 62 en 2015, pour un chiffre d'affaires de 4,5 millions d'euros en 2017 (dernier chiffre disponible). Sollicité, le directeur de l'entreprise, Philippe Genoulaz, n'a pas répondu aux appels de l'AFP.

Lien: https://www.bfmtv.com/economie/entreprises/les-collants-made-in-france-gerbe-sauves-de-la-faillite-par-des-chinois AD-202006180203.html

Thorigny-sur-Marne ► Yaka Français vend des produits virucides made in France

Écrit par Sun-Lay Tan

mardi, 23/06/2020



Yaka Français, une start-up créée à Thorigny-sur-Marne, propose des produits d'articles de mode et de maison fabriqués dans l'hexagone. Une nouvelle gamme de produits virucide sortira vendredi 26 juin.

La collaboration entre Yaka Français et LA&KA Design a créé une nouvelle gamme de trois produits particuliers : pochettes pour smartphone, sacoches pour ordinateur portable et pochettes de rangement fourre-tout. Tous les produits ont une doublure virucide, c'est-à-dire ayant la capacité de diminuer la charge virale de 95% après quinze minutes de contact et de plus de 99% après soixante minutes de contact. Les articles sont conçus et fabriqués en France, dans l'Isère et dans le Beaujolais.

La start-up a fait le choix de se placer dans le marché du 100% français. Florian Ambrosi, de Thorigny, et Mathieu Zerah, de Lagny-sur-Marne, ont créé l'entreprise en octobre 2019. Ils ont opté pour une nouvelle place de marché entièrement tournée vers les produits français, pour mettre en lumière le savoir-faire des artisans locaux et faciliter la vente de leurs produits. Des produits textiles, des chaussures, de la maroquinerie, des objets pour la maison et divers accessoires pour femme, homme et enfant sont proposés. Trois cents références à moins de trente euros sont disponibles. Le site internet a été mis en ligne le 2 mai.

Mathieu Zerah précise : « Nous nous assurons du processus de fabrication et de la qualité de tous les produits. Cela nous permet de gagner la confiance de nos clients et de bien accompagner nos vendeurs. »

Par ailleurs, le site Yaka Français a choisi de n'instaurer aucun frais d'entrée ni d'abonnement pour les professionnels, la plateforme fonctionne grâce à une commission réalisée sur les ventes des produits. Enfin, Yaka Français veut s'inscrire dans une démarche éco-responsable plus poussée. L'entreprise a mis en place un service de recyclage qui permet aux consommateurs de récupérer des bons d'achats à utiliser sur le site, ou de réaliser des dons financiers à des associations.

Lien: https://www.magjournal77.fr/index.php/vie-locale/item/53690-thorigny-sur-marne-yaka-francais-vend-des-produits-virucides-made-infrance

Le Slip Français : du made in France de plus en plus vert

En plus d'être made in France, Le Slip Français travaille sur les matières utilisées pour ses produits afin de proposer une mode encore plus responsable.

23 juin 2020



Photo: Le Slip Français

Changer la Mode. Changer le Monde. Voici le nouveau crédo du <u>Slip Français</u>. La marque croit en une **mode engagée et responsable** et c'est ce qu'elle crée et valorise au quotidien. Aux antipodes de la Fast Fashion et du <u>Black Friday</u>, les collections du Slip Français sont réfléchies et maîtrisées. Aujourd'hui, en plus de gérer tout son processus de confection et de distribution, la marque va encore plus loin en choisissant des matières de plus en plus vertes et locales pour ses vêtements et sous-vêtements. Local, maillots de bain recyclés ou encore coton bio, le Slip Français n'a pas fini de nous étonner.



Photo: Le Slip Français

En perpétuelle recherche pour développer des produits aux matières toujours plus responsables, le Slip Français a par exemple lancé avec succès l'année dernière <u>le Ludo</u>, **un**

pull mixte en laine 100 % française sans colorant et très agréable au porté. La confection de ce pull se fait en 5 étapes. Si vous voulez la découvrir plus en détails, celle-ci est très bien expliquée sur <u>leur site</u>. Le <u>Serge</u> est, quant à lui, un pull mixte confectionné avec **100 % de laine recyclée**. On n'arrête pas le progrès au Slip Français!



Photo: Le Slip Français

Cet été, choisissez **un maillot de bain recyclé**! Le Slip Français se démarque également avec <u>leurs maillots de bain recyclés</u>. Il aura fallu un gros travail de recherche pour au final pouvoir proposer des maillots de bain de même qualité que ceux confectionnés à partir de fibres non-recyclées. Pour ce faire, ils utilisent notamment du polyester recyclé New Life. Ce polyester est lui-même obtenu à partir de bouteilles d'eau en plastique recyclées. Guettez leur site puisqu'à terme, les maillots de bain recyclés du Slip Français se feront de plus en plus nombreux. Ils ont aussi prévu de lancer des produits à base de polyamide recyclé Q-Nova.

Le Slip Français ne s'arrête pas là! La marque a rejoint le projet « Moncoton », initié à la base par 1083 il y a 3 ans, depuis fin novembre 2019. Ce projet a pour but de créer **les premiers sous-vêtements entièrement recyclés**. Il se divise en <u>6 phases</u>. La phase 2 est actuellement en cours, il s'agit de **la collecte**, qui se déroule jusqu'au 20 juillet. Alors si vous avez des sous-vêtements de la marque en fin de vie, emmenez-les en boutique pour qu'ils soient utilisés et recyclés! C'est un projet de grande envergure mais d'après le Slip Français: « Coton veut on Peut! »



Photo: Le Slip Français

En bref, le Slip Français casse encore une fois les codes de la mode. Convaincu que pour changer le monde, on peut déjà commencer par <u>changer de slip</u>, la suite est bien tracée pour cette marque et se fera notamment par le choix des matières responsables utilisées dans ses produits.

Lien: https://positivr.fr/le-slip-francais-vetements-local-bio-recycle/

Manche. Mont chat Michel : une marque créée pendant le confinement

Florence Letellier a créé sa marque Mont chat Michel dans le sud-Manche, en plein confinement. Elle valorise la filière normande du lin.



Charlotte Lazaro, de Lili Cousette à Avranches, et Florence Letellier, créatrice de la marque Mont chat Michel.

Publié le 24 juin 2020 à 11h52 Par Thierry Valoi

Florence Letellier, originaire de Lille (Nord) et installé dans le sud-Manche depuis maintenant 10 ans, a longtemps travaillé dans le textile pour de grands groupes. Elle a tout quitté pour créer, en plein confinement, sa marque Mont chat Michel, qui confectionne des bodys pour les tout-petits, en lin. La Normandie est un gros producteur de lin, une matière éco-responsable, thermorégulatrice antibactérienne, idéale donc pour la peau des bébés. Les valeurs de la marque et le 100 % Made in France ont tout de suite su capter la clientèle, selon Florence Letellier.

L'intérêt a été grand, notamment pendant cette période de confinement, assure Charlotte Lazaro, qui distribue les bodys de Florence dans son magasin Lilie Cousette, à Avranches.

Aujourd'hui, Florence Letellier cherche à étoffer sa collection, avec des T-shirts par exemple, et étendre son réseau de distribution.

Lien: https://www.tendanceouest.com/actualite-366395-manche-mont-chat-michel-une-marque-creee-pendant-le-confinement.html

Montpellier : les tee-shirts "Cool Raoult" ont rapporté 4 000 €



Cédric Vidal, l'un des inventeurs de ce teeshirt décalé. R. DE HULLESSEN

Publié le 24/06/2020 à 13:45 / Mis à jour le 24/06/2020 à 13:45

Deux Montpelliérains avaient lancé cette opération. Les fonds ont été versés au profit de la recherche sur les maladies infectieuses.

Pendant le confinement, deux Montpelliérains avaient eu une initiative originale et décalée pour soutenir la recherche médicale : éditer des tee-shirts à l'effigie du professeur Didier Raoult et portant l'inscription "Cool Raoult". "Avec son style grunge, sa bague punk, son côté décalé par rapport à l'élite parisienne et son sang-froid extraordinaire, on s'est dit : ce personnage-là, ça va faire une bombe", confiait Cédric Vidal, l'un des porteurs du projet, en avril dernier.

600 tee-shirts écoulés

En pleine médiatisation de l'infectiologue pendant la crise du coronavirus, le succès a été au rendez-vous. Grâce à une campagne de financement participatif, 600 tee-shirts ont été écoulés, générant un bénéfice de 4 000 €, reversé à l'institut hospitalo-universitaire (IHU) Méditerranée infection de Marseille, dirigé par le professeur aux positions controversées. Un beau résultat, puisque l'objectif initial était d'atteindre les 250 exemplaires.

"Nous avons vendu des tee-shirts jusqu'en Polynésie, en Guyane et à La Réunion, et on commence à voir fleurir des photos sur Facebook", se réjouit Cédric Vidal, cadre dans la robotique médicale et co-initiateur de ce projet avec un ami graphiste. Afin de proposer

un produit de qualité, la confection avait été réalisée en coton bio, fabriqué en France, et l'impression, confiée à un prestataire montpelliérain, Print Tees.

Un surplus reversé aux hôpitaux de France

Les 4 000 € ont été précisément versés à la Fondation de coopération IHU Méditerranée infection. "Cette structure finance des projets de recherche. Le don que nous avons fait peut aider à la rémunération de doctorants, indique Cédric Vidal. L'IHU affichera notre visuel sur son site internet." Les coûts de production une fois couverts, le reste des bénéfices, près de 1 000 €, sera reversé aux hôpitaux de France.

Et ce n'est pas tout. Pour boucler la boucle, Cédric Vidal rencontrera le professeur Raoult dans son service, à Marseille, le 2 juillet prochain. "Je lui remettrai son tee-shirt en mains propres."

Au lancement de leur projet, les deux Montpelliérains avaient demandé l'accord du spécialiste en maladies infectieuses. La seule condition qu'il avait posée : recevoir un exemplaire en taille XL.

FRÉDÉRIC MAYET

Lien: https://www.midilibre.fr/2020/06/24/montpellier-les-tee-shirts-cool-raoult-ont-rapporte-4-000,8946746.php

Le lin est la star de l'été, et il a tout pour plaire. Sandie Gaud

Jeudi 25 juin 2020 à 10:12 -Par Richard Mazoué, France Bleu Touraine Indre-et-Loire, France

Pour faire face à ces quelques semaines de chaleur intense qui nous attendent, vous aurez sans nul doute envie de vous équiper de vêtements légers et respirant. Et la matière qui se démarque des autres cette année n'est autre que le lin.



Le lin est la star de l'été, et il a tout pour plaire

Le lin est la star de l'été, et il a tout pour plaire

Le lin promet un confort idéal même par 40°. Avec sa fibre naturelle, il régule automatiquement la chaleur. Ce qui permet d'éviter la transpiration, même en chemise à manches longues! De plus, il capte et atténue les odeurs. Oui, ça ne fait pas hyper glamour dit comme ça, mais cela peut s'avérer très utile. En effet, nous ne sommes pas à l'abris de quelques odeurs de transpiration même avec un bon déodorant. Enfin, le lin est élégant! C'est une matière noble qui apporte facilement une touche chic à votre tenue, qu'elle soit décontractée, bohème ou habillée. L'avantage du lin c'est qu'il passe de l'informel au chic estival en un éclair. Mais attention quand même, nous vous conseillons de vous tourner vers des pièces pure lin même si des modèles coton et lin mélangé existent. Le 100% lin se froissera moins facilement, sera plus agréable à porter, et en plus se recycle beaucoup mieux.

Pour cette raison, nous avons fait quelques recherches sur le lin made in France. Et force est de constater que, pour le moment, la tendance du lin fabriqué en France n'est pas encore... tendance! Mais, comme nous sommes toujours à la recherche de nouveautés et de nouvelle marque, nous vous avons quand même déniché une pépite made in France. Une marque nommée Gratitude, créée par Pierre et Jean. C'est à, à peine deux heures de chez nous, sur l'île de Béhuard, que ces deux frères ont eu l'idée de fonder Gratitude. Une marque qui a vu le jour suite à un constat : l'industrie du textile est la deuxième polluante au monde. Ils ont donc décidé d'agir! Gratitude propose donc des chemises unisexes en lin blanc ou beige que vous pouvez retrouver sur leur site internet ou bien sur leurs réseaux sociaux. Des chemises 100% made in France pour favoriser la production locale et le réel savoir-faire des artisans français. Et surtout, 100% en lin. Parce que le lin, en plus d'être une matière noble très peu utilisée, est incroyable écologiquement parlant. Mais n'oublions pas qu'en plus d'être au top niveau écologie, le lin est très tendance cet été. Pour cela, nous allons vous donner quelques trucs et astuces pour le porter à votre avantage. Et surtout quelles pièces choisir pour être au top sous le soleil de 2020!

Que porter, quand, pourquoi et comment?

Du côté des femme: On optera pour l'indémodable chemise, le short taille haute, les tops à fines bretelles ou encore, les robes. Et le tout, en fluidité et légèreté évidemment. La chemise: La première pièce qui nous vient en tête lorsque l'on parle de l'un, c'est évidemment la chemise. Incontournable et indémodable, elle se porte facilement et de façons différentes. En version ethnique avec des pompons, des manches bouffantes (très en vogue cette année) et des broderies. Ou plus sobre, avec une coupe droite mais oversize, noué sur le devant et légèrement déboutonnée au décolleté. Parfait avec un jean boyfriend bleu clair et une paire de sandale blanche pour cet été. Le short: C'est le moment de libérer vos jambes et de leur faire profiter du soleil. Et pour se faire, quoi de mieux qu'un short en lin ? Optez pour un modèle taille haute, ceinturé mais fluide au niveau des hanches. Niveau longueur nous vous conseillons une coupe mi-cuisse qui permet de mettre en valeur toutes les morphologies. Portez-le avec une

paire de basket et une besace ronde, en blanc ou en crème, chic et tendance assurée. Le top: Le lin se décline également en version top, dans un esprit très estival. Nous vous conseillons un modèle légèrement décolleté à fine bretelle. Côté couleur, vous pouvez oser ce que vous souhaitez: blanc, beige, kaki, rouge, rosé... quoi qu'il arrive il sera parfait avec une paire de sandales, un chapeau en paille et un short en jean au bord de la piscine. La robe: On imagine bien souvent le lin sur les blouses, chemise ou pantalon, mais cette année encore le li s'invite sur les robes. Craquez pour des modèles plutôt blancs, fluides et léger, à la longueur midi tendance de l'été également, porté avec une paire de baskets ou des espadrilles évidemment.

Du côté des hommes: Nous vous conseillons fortement et bien évidemment la classique mais parfaite chemise blanche en lin, mais également le pantalon, le bermuda, et même le t-shirt. De quoi respirer en toute légèreté cet été. La chemise blanche: Légère et adaptée aux températures estivales, la chemise en lin sera un vrai atout. Tant pour son confort que pour le chic qui l'accompagne. Vous pouvez la porter à même la peau, ou jouer sur les superpositions par-dessus un t-shirt. Avec un bermuda, des sandales en cuir ou des chaussures bateau, elle sera parfaite pour l'été. Et pour un côté plus formel, portez là avec un pantalon en lin ou en coton et une paire de mocassins en cuir souple. **Le pantalon**: Blanc, beige, ou kaki... le pantalon en lin sera parfait à porter un soir d'été pour une balade à la fraîche. Il est léger et fluide, mais je vous conseille tout de même une coupe assez large parce que le lin pur peut avoir un côté rêche pas toujours agréable à même la peau. Avec une chemise ou un tshirt et des baskets, ce look sera parfait! Le bermuda: Juste au-dessus du genou! Pas au-dessus, pas en dessous. Tout comme le pantalon il sera léger et agréable à porter sous de fortes et températures. Préférez-le coloré pour éviter la transparence, et associez-le avec un t-shirt uni mais coloré. Une paire de chaussures bateau dans les pieds, et le tour est joué. Le tshirt: Le t-shirt en lin blanc, avec un joli col mao et de jolis et discrets boutons en bois, fait son apparition cette année. Très léger et surtout facile à porter, vous pourrez l'associer aussi bien avec un bermuda en coton

qu'avec un jean brut, et une paire de baskets pour un côté chic mais décontracté.

Et voilà, vous connaissez tous les secrets pour porter le lin cet été. Vous savez maintenant à quel point il est agréable à porter, mais surtout très tendance cette année. Nous vous laissons découvrir les jolies chemises en lin made in France Gratitude, mais nous vous laissons surtout découvrir et choisir la pièce en lin qui vous correspond le plus pour profiter des beaux jours.

Lien: https://www.francebleu.fr/vie-quotidienne/pratique/le-lin-est-la-star-de-l-ete-et-il-a-tout-pour-plaire-sandie-gaud-1593067452

Héro : de l'accès à l'eau potable grâce à des sweats 100% recyclés



© Héro

25/06/2020 - Mise à jour 03/07/2020

Chaque semaine, nous vous donnons la possibilité de gagner des cadeaux durables. Aujourd'hui, nous offrons la possibilité à une personne de remporter un sweat 100% recyclé et fabriqué en France, unisexe (bleu, grenat ou gris) d'une valeur de 79 €.

L'industrie du textile produit 20% des eaux usées dans le monde et est responsable de 10% des émissions de C02 sur la planète. Elle est également à l'origine de 25% de l'utilisation mondiale de pesticides. Cela vous fait bondir ? Ce n'est pas tout, car une majeure partie des cours d'eau en Asie sont pollués par des composants chimiques déversés par les usines de textiles obligeant parfois les locaux de consommer de l'eau polluée qui provient des canalisations.

C'est de ce constat que Florent, le fondateur d'<u>Héro</u>, a décidé de s'engager face à cette inégalité en faisant des **économies d'eau** son combat. Ainsi, la jeune marque **recycle et produits ses sweats en France**. Quand la production d'un sweat consomme en moyenne 8000 litres d'eau, soit l'équivalent de 200 douches, ceux d'Héro en demande 99% moins. **Des anciens vêtements et des bouteilles plastiques sont réutilisés** pour créer l'**un des fils qui consomme le moins au monde** lors de sa production. Ce type de recyclage permet de créer un tissu 100% recyclé robuste et confortable à porter.Le recyclage des vêtements est certifié par les labels les plus strictes de l'industrie en matière de production éco-responsable (Global Recycled Standard, Oeko Tex standard 100). Aucun produit chimique ou pesticide n'est utilisé lors du processus de recyclage.

En parallèle, et avec l'aide de l'association PASDB, des stations de traitement/purification d'eau insalubre sont installées dans les bidonvilles de Ragoon en Birmanie. Concrètement, chaque sweat Héro commandé **permet de financer**

l'installation d'infrastructures pérennes afin de garantir l'accès à l'eau potable à 3 personnes minimum.

La jeune pousse a souhaité mettre en valeur le **savoir faire français** pour la fabrication de ses sweats. Le tissu des sweatshirts est tricoté dans les Hauts de France, près d'Amiens, alors que la confection des sweats est réalisée en Auvergne.

Héro a récemment mis en place une <u>campagne de pré-commandes</u> jusqu'au 8 juillet. Bénéficiez d'un tarif spécial précommande grâce au code TOUSHERO.

Lien: https://www.linfodurable.fr/technomedias/hero-de-lacces-leau-potable-grace-des-sweats-en-plastique-recycle-18598

Pont-l'Abbé. Inspire, une nouvelle boutique de prêt-à-porter, place Gambetta



Claire Guine dans sa boutique à l'atmosphère très apaisée. | OUEST-FRANCE

Ouest-France Publié le 26/06/2020 à 06h20

Depuis une quinzaine de jours, l'enseigne Inspire vient d'ouvrir ses portes au 6, bis place Gambetta. Claire Guine, qui a créé la boutique est issue du monde de l'habillement et tient à développer le concept de « mode responsable ».

« Cela signifie que les vêtements proposés sont issus de matières biologiques et écologiques : coton bio, lin, Tencel ou fibres recyclées. De même, les process de fabrication sont identifiés et respectueux de la planète, comme des hommes qui travaillent et produisent. Dernier critère enfin, la transparence. Je privilégie le **Made in France** mais il y a toujours une traçabilité lorsque la production a été effectuée hors de l'Hexagone. »

La boutique s'adresse plutôt aux femmes et jeunes filles bien que le magasin compte avoir prochainement quelques jeans pour homme.

Lien: https://www.ouest-france.fr/bretagne/pont-labbe-29120/pont-labbe-inspire-une-nouvelle-boutique-de-pret-a-porter-place-gambetta-6883708

Saint-Malo. Pour limiter le gaspillage, Belle Personne fabrique ses tee-shirts à la demande

La jeune marque d'habillement a lancé une campagne sur internet. Elle propose aux clients de précommander sa nouvelle ligne de tee-shirts, afin d'ajuster la fabrication qui se fait à Saint-Malo.



Belle Personne, des vêtements made in Saint-Malo! | POPZ' PHOTOGRAPHIE

Ouest-FranceIsabelle LÊ. Publié le 26/06/2020 à 17h18

Belle Personne, c'est une marque de vêtements made in Saint-Malo. À sa tête, deux jeunes entrepreneurs : Karim Fardoun et Alexandre Lemonnier.

La mode est le deuxième secteur le plus polluant du monde derrière le pétrole, s'émeuvent-ils.

Eux font fabriquer leurs collections à Saint-Malo, l'activité fait vivre une vingtaine de personnes ». À la suite de la crise du Covid-19, ils se sont creusé la tête pour repenser leur mode de consommation et de fabrication.

Ils viennent de lancer une campagne de précommande pour quatre nouveaux teeshirts, afin de produire la quantité juste et éviter la surconsommation de textile.

Le tissu est certifié Oeko-Tex, seul label certifiant un tissu sans adjuvant chimique. La qualité et la fabrication française se paient. Le prix de base s'élève à 44.90 €.

Pour réserver son tee-shirt, campagne sur la plateforme Ulule.

Lien: https://www.ouest-france.fr/bretagne/saint-malo-35400/saint-malo-pour-limiter-le-gaspillage-belle-personne-fabrique-ses-tee-shirts-a-la-demande-6884365

Jeans Cocorico en pré-commande sur Ulule : du « made in France » enfin abordable ?

Chaque vendredi, Carenews vous présente une initiative en matière de consommation responsable. Cette semaine, nous vous parlons de Cocorico. La marque bordelaise s'est lancée dans la confection de jeans entièrement fabriqués en France et vendus à un prix abordable. Ils sont disponibles en pré-commande sur Ulule jusqu'au 14 juillet.



Crédit photo : Cocorico.

Le jean est un incontournable de notre garde-robe : chaque année, ce sont plus de deux milliards de jeans qui sont vendus dans le monde. Pourtant, avec la délocalisation de l'industrie textile, un jean parcourrait jusqu'à 65 000 kilomètres durant le processus de production. Face à ce constat, de plus en plus de marques se sont lancées dans le « made in France ». Se pose alors un problème d'accessibilité : un vêtement fabriqué en France serait trois à cinq fois plus cher qu'un vêtement fabriqué à l'étranger, expliquent Arthur et Tom Charle, les créateurs de Cocorico. Cette marque de prêt-à-porter en ligne, qui propose depuis 2017 des boxers, des chaussettes, des t-shirts ou encore des espadrilles, s'est récemment lancée dans la conception de jeans.

DES JEANS « MADE IN FRANCE »

Toute la chaîne de production est établie en France. La marque, installée à Bordeaux, travaille en étroite collaboration avec trois usines partenaires réparties

dans différentes régions. La découpe et la confection des jeans sont réalisées en Seine-Saint-Denis avant qu'ils ne soient envoyés dans les Vosges pour l'étape du tissage, puis dans la Sarthe pour le délavage. Récemment, Cocorico a développé son propre atelier dans le Lot. C'est ici que les dernières étapes de la confection des jeans (pose d'étiquette, broderie du drapeau français, etc.) sont réalisées avant leur expédition.

Le coton, principale matière première, n'est pas produit en France mais importé de Grèce. Il est certifié <u>Oeko-Tex 100</u>, un label garantissant que le tissu n'est nocif ni pour la peau ni pour la santé.

UN PRIX DE 69,90 EUROS

Cocorico a fixé le prix de ces jeans à 69,90 euros. Pour proposer ce tarif abordable, la marque produit en flux tendus, c'est-à-dire sans surplus de stocks, souvent facteurs de charges supplémentaires. De plus, la vente est uniquement possible via leur site Internet. La suppression des intermédiaires en matière de distribution permet ainsi de réduire le prix final pour les consommateurs.

Afin de financer la confection de cette nouvelle gamme de produits, les jeans sont disponibles en pré-commande sur Ulule à un prix réduit de 59,90 euros, et ce jusqu'au 14 juillet. Plus de 1 270 jeans ont déjà été pré-vendus depuis le début de la campagne et devront être livrés aux contributeurs d'ici la fin octobre. Ce nouveau produit, uniquement disponible pour les hommes, est une première étape. À terme, la marque devrait le proposer pour les femmes.

Lien: https://www.carenews.com/fr/news/jeans-cocorico-en-pre-commande-sur-ulule-du-made-in-france-enfin-abordable

De la communication à la vente de vêtements : l'agence Comm 360 d'Issoire diversifie ses activités

Publié le 27/06/2020 à 18h53



Florentin, Hugo et Dimitri se sont entourés de deux stagiaires : Antoine et Solène. © Agence ISSOIRE

Installée en centre-ville depuis 2018, l'agence de communication Comm 360 se lance dans la vente de vêtements, made in France pour certains, conçus à l'étranger pour la plupart. Un projet auquel participent une couturière et l'Esat d'Issoire (Puy-de-Dôme). Il y a quelques semaines, les trois associés de l'agence de communication Comm 360 ont décidé de diversifier leur activité. « Comme elle est dédiée aux entreprises et à l'événementiel, elle a subi une baisse pendant le confinement. On cherchait quelque chose qui pouvait s'adresser aux particuliers donc on a créé une marque de vêtement », explique Dimitri Darrot, l'un d'entre eux.

Logo réalisé, designs choisis par les internautes, produits fabriqués... Les précommandes sont désormais possibles!

Les internautes consultés pour créer les modèles



Les impressions des t-shirts à texte ont été suggérées par les internautes.

Près de 90 modèles sont disponibles – doudoune, sweat à capuche, polo... –, hors différents coloris. De l'homme, de la femme, de l'enfant et du bébé avec, par exemple, des bavoirs floqués au nom de la marque, Degrés 360.

« On a trois collections. "Propre sur soi" qui sont des produits simples avec uniquement notre logo, "Boit sans soif" qui est plus décalée et pour laquelle on a voulu faire participer les gens. Elle représente bien notre côté jeune et dynamique. »

DIMITRI DARROT (Associé à Comm 360)

Ainsi, onze tee-shirts portent les phrases, esprit « fête et apéro », suggérées par les abonnés de leur page Facebook.

Quelques produits made in France commercialisés

Troisième collection : le made in France. « Tous les autres produits proviennent d'un fournisseur français, Sol's, dont les textiles sont fabriqués au Bangladesh. Pour celle-ci, on a voulu faire du local », continue-t-il.

Avec la participation d'une couturière et de l'Esat d'Issoire



Les écussons sont brodés par une couturière d'Issoire.

L'équipe a souhaité faire participer Catherine Nicollo, couturière installée de l'autre côté de la rue Gambetta où se trouve leur bureau. « Elle brode notre écusson sur tous les produits. Ensuite, les stocks et l'expédition sont gérés par l'Esat d'Issoire. »

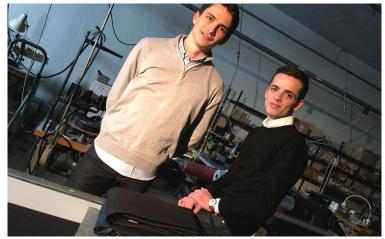
Une partie des bénéfices reversés à une association locale

Pour chaque vente, 50 centimes à 3 euros seront reversés à une association auvergnate. Dimitri Darrot annonce : « Le bénéficiaire changera tous les quatre mois environ. On commence avec La main dans les crins d'Usson. »

Lien: https://www.lamontagne.fr/issoire-63500/actualites/de-lacommunication-a-la-vente-de-vetements-l-agence-comm-360-d-issoirediversifie-ses-activites 13800441/#refresh

Avec AVN, achetez un jean français et voyagez en Normandie!

À Pont-Audemer, la marque Atelier de la Venise normande (AVN) redonne de la vigueur à la filière textile tricolore et édite un petit guide sur la région, glissé dans chaque commande.



Olivier Lebas et Arthur Cochin, les créateurs de la marque AVN, ont permis la relance d'une usine textile normande. DR

Par Lou Garçon

Le 1 juillet 2020 à 13h36

Parce qu'elle utilise les savoir-faire français, la marque de jeans Atelier de la Venise normande (AVN) a vu ses commandes en ligne plus que doubler depuis le déconfinement. Pour remercier tous ces nouveaux clients, chaque pièce commandée est dorénavant accompagnée d'un petit guide touristique sur la Normandie écrit et édité par les créateurs

de la marque normande. « J'avais envie de profiter de la notoriété d'AVN pour donner le goût du voyage en France. Moi-même qui suis Normand, je réalise qu'il y a plein d'endroits que je ne connais pas dans ma région », explique Arthur Cochin, cofondateur avec Olivier Lebas de l'Atelier de la Venise normande.

Douze lieux à découvrir parmi lesquels la ville d'origine des deux créateurs de la marque de jeans française : « Pont-Audemer, une petite ville où il fait bon flâner. On recommande aussi un bar sur une plage privée de Trouville, le restaurant de burgers de Caen où nous allions étudiants. La ferme du Bec Hellouin, le temple de la permaculture. C'est un guide très personnel », détaille Arthur Cochin.

Plus de 1 000 pièces exportées vers le Japon

En 2014, ce qui n'était alors qu'un projet de jeans made in France imaginé par deux amis étudiants a tout de même permis la renaissance de l'usine normande Kiplay, fermée depuis la délocalisation dans les années 1980 de la ligne de production qui y officiait autrefois. Aujourd'hui, cette usine travaille toujours avec AVN, ainsi qu'avec d'autres marques françaises cherchant elles aussi à relocaliser leur production. AVN a quant à elle recours à 15 ateliers de production, tous en France, dont trois normands.

La marque vient d'exporter plus de 1 000 pièces vers le Japon. Des vêtements fabriqués dans l'Hexagone, à l'exception de la partie tissage, faite en Italie, « car tous les tisseurs sont partis de France ». Un nouveau défi que les deux amis sont en passe de relever : ils sortent sous peu un jean en coton recyclé fait à partir d'un textile tissé en France. « En se renseignant, on est entré en contact avec un jeune homme qui a recréé un atelier de tissage. Pour faire notre jean, il lui a

fallu plus d'un an afin de remettre une machine en état. Et plus de six mois pour trouver les bons réglages de la machine et réussir à tisser!

», raconte Arthur Cochin. Ce jean-là coûtera 229 €, le prix à payer pour la relance du secteur textile français.

Lien: https://www.leparisien.fr/economie/avec-avn-achetez-un-jean-francais-et-voyagez-en-normandie-01-07-2020-8345373.php

Slips, chemises, jeans : 7 jeunes marques made in France

À l'origine, ils voulaient surtout en découdre avec la fast fashion fabriquée à l'autre bout du monde. Focus sur les marques d'entrepreneurs engagés qui n'ont pas attendu la pénurie de masques pour faire travailler des ateliers près de chez nous.



Chemise recyclée d'Hopaal (©Thomas lodin pour hopaal)

Par Frédéric Martin-Bernard

Publié le 3 juil. 2020 à 8:39Mis à jour le 6 juil. 2020 à 15:15

01 - Hopaal

Spécialité : sportswear **Année de création :** 2015

Siège: Biarritz (64)

Etudiants en école de commerce, Mathieu Couacault et Clément Maulavé ont une passion commune pour le surf qui les mène souvent au Pays basque. Très préoccupés par les questions environnementales, ils tombent sur le livre « Confessions d'un entrepreneur » d'Yves Chouinard, fondateur de Patagonia. Ainsi, ils découvrent l'industrie du textile-habillement et pensent rapidement qu'il serait possible de mieux faire pour la planète... Ils imaginent leurs premiers modèles à partir de stocks dormants d'ateliers français. Aujourd'hui, leurs collections sportswear pour homme et femme sont composées de fibres régénérées à 87,6 %. « Plus nous recyclons, moins nous détruisons : c'est ça le futur », clame le duo qui s'oblige à travailler avec des producteurs à moins de 1.000 kilomètres de leur siège de Biarritz. Dont 20 % au Portugal parce que c'est plus proche que l'autre bout de la France, et non parce que c'est moins cher.



Le Slip Français©Instagram Slip Français

Spécialité: des sous-vêtements et plus

Année de création: 2011

Siège: Paris

À la sortie de HEC, un premier job chez Bio c'Bon fait penser à Guillaume Gibault que cette consommation plus responsable, qui commençait à germer dans l'alimentation, pourrait s'étendre à d'autres secteurs. Il réfléchit alors à un concept monoproduit qui se vende facilement sur Internet. De fil en aiguille, il rencontre des bonnetiers français qui ont survécu à la concurrence des sous-vêtements de grand import. Et le voilà qui lance son label de dessous bleu-blanc-rouge avec un slogan aux airs potaches - « Si vous voulez changer le monde, commencez par changer de slip! » -, qui attire l'attention sur l'inexorable déclin de l'industrie de l'habillement. Le jeune entrepreneur, qui a le goût de la communication, devient un parfait ambassadeur du made in France. C'est aussi un bosseur qui se déplace aux quatre coins du pays pour rencontrer des fabricants indépendants - 29 à ce jour -, à même de produire ses collections ne se limitant plus aux dessous ni à la mode masculine.

03 - 1083



1083DR

Spécialité: jeans et autres basiques

Année de création : : 2013 Siège : Romans-sur-Isère (26)

Originaire de cette ancienne capitale française de la chaussure, Thomas Huriez peut voir rouge lorsqu'on lui parle de production délocalisée à l'autre bout du monde. Mais ce n'est pas pour cette raison que le coloris écarlate signe sa marque d'essentiels, intitulée 1083 comme le nombre de kilomètres entre Menton et Porspoder, les deux municipalités les plus éloignées de l'Hexagone, à l'intérieur duquel il s'oblige à produire ses modèles, du tissage à la confection. Cette couleur est un clin d'oeil au sommet des bornes qui jalonnent les routes de France, parcourues à vélo juste après le lancement de son label. À l'époque, il s'était engagé à effectuer cette distance à deux roues si les internautes adhéraient à son projet de fabrication locale et lui commandaient plus de 1.083 jeans. Le succès est aujourd'hui tel qu'il a déjà repris son tisseur partenaire des Vosges rencontrant des difficultés financières.

04 - Bleu de Chauffe



Bleu de ChauffeDR

Spécialité: maroquinerie cousue main

Année de création: 2009

Siège: Saint-Georges-de-Luzençon (12)

Alexandre Rousseau et Thierry Batteux ont travaillé pour diverses marques de maroquinerie avant de lancer leur propre label inspiré des sacs de métier. « Nous avions tous les contacts pour fabriquer en Chine mais, justement, ces modes de production dans des conditions déplorables sur les plans humain et environnemental, nous n'en voulions plus. » En 2009, leur minuscule atelier ouvre à côté de Millau avec un seul artisan reconverti de la ganterie, naguère spécialité de cette ville d'Ardèche. Aujourd'hui, leur société classée Entreprise du patrimoine vivant en 2018 emploie une vingtaine de personnes dans des locaux flambant neufs, ouvrant sur les plateaux du Larzac. Clef du

succès : ces deux pionniers du made in France ont également été visionnaires côté distribution. Plus de la moitié des 16.000 pièces produites à l'année sont vendues via leur propre site d'e-commerce.

05 - Ateliers Baudin



Ateliers Baudin@Pierre-Luc Baron-Moreau

Spécialité: lunettes sur mesure

Année de création: 2016

Siège: entre Paris et Morez (39)

Dans le Jura, où Guillaume Clerc a grandi et étudié à l'Ecole nationale d'optique, l'histoire se répète tristement. En juin dernier, L'Amy, un des derniers fabricants français de lunettes, a d'ailleurs été placé en redressement judiciaire. Quatre ans plus tôt, ce Franc-Comtois qui avait travaillé pour des grands opticiens à Genève, Londres et Paris, lançait sa propre marque avec l'appui d'un financier sensible à la sauvegarde de nos traditions et savoir-faire lunetiers. Son credo : des paires uniques créées en fonction des goûts et de la physionomie du client, et fabriquées à l'ancienne dans sa région natale. Là-bas, il connaissait des artisans qui maîtrisent encore l'art de façonner des matériaux naturels comme la corne et l'écaille. Chaque monture part d'une feuille blanche. Et fait au maximum deux allers-retours sur trois semaines entre Morez et Paris pour des essayages comme pour un costume sur mesure.



Maison CléoDR

Spécialité : prêt-à-porter féminin

Année de création: 2017

Siège: entre Lille (59) et Calais (62)

C'est l'histoire d'une mère et sa fille qui sont passionnées de couture domestique. Elles aiment transformer tout bout de tissu en vêtement et, de ce fait, savent pertinemment que la confection prend du temps. Alors, la fast fashion qui produit à la chaîne des habits qui seront vendus trois fois rien... elles sont bien évidemment contre. Depuis trois ans, Marie Dewet récupère des coupons qui sommeillent dans des réserves, et sa maman Cléo les transforme en petites séries made in Nord de la France. Tous les mercredis, à 18 heures 30 sur le site de la marque, sont dévoilées les dernières créations du tandem. Forcément, les quantités sont limitées. Leur démarche qui peut paraître très artisanale, n'a pas effrayé la plate-forme d'e-commerce net-a-porter.com qui a été particulièrement sensible à ce business model différent.

07 - Kidur



Kidur©Instagram Kidur

Spécialité: vestes et chemises workwear

Année de création: 2018

Siège: Courlay (79)

Comme le nom de cette marque le suggère, ses modèles sont façonnés pour résister aux années. En revanche, l'histoire de l'entreprise des Deux-Sèvres qui se cache derrière est nettement plus décousue. Son label a même été en sommeil pendant trois décennies. Avant de ressurgir, voici deux ans, dans la mode plutôt que les habits professionnels, sous la houlette de Gauthier Borsarello, spécialiste du vintage. La proposition se limite aux pièces à manches - chemises, survestes, trenchs... - dans des cotons robustes et des flanelles à carreaux pour lesquelles des techniques artisanales sont perpétuées afin de les raccorder parfaitement aux coutures. Pléthore d'autres savoir-faire issus du vêtement professionnel sont préservés entre les murs de l'atelier de 1947. En revanche, plus question de refaire les mêmes erreurs. Kidur est exclusivement vendu sur son site afin de limiter les intermédiaires (et les marges) jusqu'au consommateur final.

Frédéric Martin-Bernard

Lien: https://www.lesechos.fr/weekend/mode-beaute/slips-chemises-jeans-7-jeunes-marques-made-in-france-1220839

Indre-et-Loire : un Tourangeau crée des teeshirts bio et fabriqués en France

Publié le 07/07/2020 à 06:25 | Mis à jour le 07/07/2020 à 10:09



Ryan Gault lance la marque Napoléon, bio made in France : des tee-shirts unis avec la lettre N en bleu-blanc-rouge. @ Photo NR

A tout juste 22 ans, Ryan Gault lance sa marque, Napoléon. Une gamme de tee-shirts fabriquée en France avec des matières premières biologiques.

Jeune entrepreneur et amateur de football, comme beaucoup de jeunes hommes de sa génération, Ryan Gault est aussi féru de mode. « Les vêtements, les chaussures... », confirme ce Tourangeau installé à Cormery.

Jusqu'à présent, il fréquentait les rayons des magasins de prêt-à-porter bien connus du grand public. Des vêtements accessibles au porte-monnaie de tout un chacun, certes, mais fabriqués à l'autre bout du monde. « Dans mon dressing, je n'avais que des vêtements fabriqués en Asie, au Bangladesh, en Chine... » Un problème pour cet ex-étudiant d'école de commerce à Tours.

Du lin de Normandie

« J'avais envie de lancer ma marque, et l'idée de pouvoir proposer quelque chose fabriqué en France avec des matières premières biologiques me trottait dans la tête depuis longtemps. A l'heure de l'urgence climatique, alors que tous les citoyens ont à cœur de construire un monde d'après plus éthique et plus écologique, l'industrie de la mode continue à être une des plus polluantes au monde, regrette Ryan, elle est en seconde position, juste après l'industrie pétrolière. »

Dès la fin de l'année 2019, le jeune homme lance sa marque Napoléon (« Un nom que j'aimais car il sonne bien français »). Ryan est parti à la recherche de producteurs de matières premières biologiques. « J'ai trouvé un producteur de lin bio en Normandie ; en revanche, il n'existe pas de production de coton bio en France mais la plus proche se trouve au Portugal. » Côté production, le jeune Tourangeau a réussi l'exploit de conclure des marchés avec des usines françaises, en plein confinement, « en visioconférence. Je ne pensais pas avoir autant d'obstacles quand je me suis lancé, avant le Covid-19. »

Finalement, le jeune auto-entrepreneur a atteint un premier palier. Il présente aujourd'hui trois prototypes de tee-shirt pour femme, homme et enfant (entre $35 \in \text{et } 44 \in \text{)}$, dessinés par un ami styliste. Cette nouvelle collection est vendue en précommande sur une plateforme de financement participatif. « *L'objectif est d'atteindre les 100 précommandes, pour lancer l'activité.* » Par la suite, Ryan espère pouvoir développer la marque avec un dressing complet à des prix abordables... pour du bio made in France. « *Cela reste plus cher qu'un tee-shirt classique. Mais quand les gens achètent un tee-shirt à 7 €, ils ne savent pas toujours dans quelles conditions il a été produit »*, regrette Ryan.

Les tee-shirts Napoléon sont en prévente sur le site Ulule. Suivre le lien : <u>ulule.com/t-shirts-napoleon</u>

Lien: https://www.lanouvellerepublique.fr/indre-et-loire-un-tourangeau-cree-des-tee-loire-un-tourangeau-cree-des-tee-shirts-bio-et-fabriques-en-france

VALPA.FR, par un jeune entrepreneur à Cognac qui fabrique et vend des noeuds papillon en ...bois !!!

Messieurs, démarquez vous des autres avec un super noeud-papillon en bois personnalisé et "made in" CharenteS; !



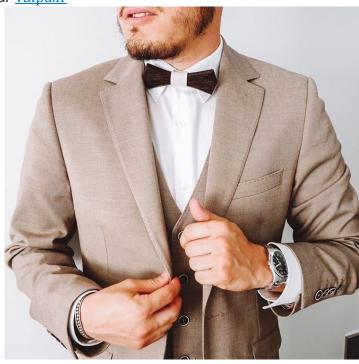
noeud-papillon valpa fabriqué à Cognac (16) - valpa.fr

ÉTAPE 1 : CHOISISSEZ VOTRE FORME DE NŒUD

ÉTAPE 2 : CHOISISSEZ VOTRE BOIS

ÉTAPE 3 : CHOISISSEZ VOTRE TISSU

et commandez sur valpa.fr



Elegant avec un noeud-pap' en ...bois !!! - @valpa.fr Livré dans son coffret avec un tour de cou !



Pour les grandes occasions, pensez au noeud pap' VALPA © Radio France - @valpa.fr

Boutique VALPA monnoeudpap@valpa.fr 23 Boulevard Denfert Rochereau 16100 COGNAC



VALPA, des noeuds-papillon en BOIS !! - @valpa.fr

Lien: https://www.francebleu.fr/emissions/circuits-courts-dans-les-2-charentes/la-rochelle/valpa-fr-par-un-jeune-entrepreneur-a-cognac-qui-fabrique-et-vend-des-noeuds-papillon-en-bois

Granville. D'authentiques vêtements marins en vente cet été

Sur la place Cambernon, à Granville (Manche), les Stocks du Captain proposent des vêtements de marins, pendant les mois de juillet et d'août 2020.



Des cabans, des pulls, des combinaisons de la marine sont en vente aux Stocks du Captain, place Cambernon à Granville (Manche), pendant l'été 2020. | OUEST-FRANCEAfficher le diaporama

Ouest-France Ouest-France. Publié le 09/07/2020 à 18h36

Thierry Sanchez, propriétaire des Stocks du Captain, a ressorti les étals d'extérieur pour vendre d'authentiques stocks de vêtements de la marine. On trouve des modèles de la marine française, italienne et même suisse.

Ces stocks proviennent de surplus et sont neufs et made in France (pour les pièces françaises). Pulls, combinaisons, vareuses, cabans, de la laine et du coton, il y a de quoi ravir tous les goûts.

Quelques pièces vintage en cuir ou jean et pour femmes sont également disponibles, ainsi que des vêtements dessinés par Yves Saint-Laurent, signale le propriétaire.

Les Stocks du Captain, 6, place Cambernon à Granville (dans la Haute-Ville). Ouvert tous les jours (sauf le lundi en juillet), de 10 h à 19 h.

Lien: https://www.ouest-france.fr/normandie/granville-50400/granville-d-authentiques-vetements-marins-en-vente-cet-ete-6900902

LUNDI 13/07/2020 à 12H51 - Mis à jour à 13H41 | FEMINA PROVENCE | MARSEILLE,ÉDITION MARSEILLE

Marseille : Ludis invente le combishort pour hommes

Par Agathe Westendorp

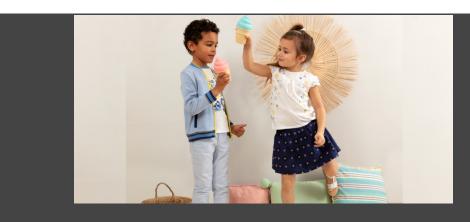


Ils viennent de Franche-Comté et comptent bien révolutionner le vestiaire masculin de l'été avec un combishort fabriqué à Marseille. РНОТО DR

Ils viennent de Franche-Comté et comptent bien révolutionner le vestiaire masculin de l'été avec un combishort fabriqué à Marseille. Oui, oui, un combi short pour homme... Mathias Montaclair et Lucas Brenet se connaissent depuis l'enfance. Ils ont tous les deux la fibre commerciale et imaginent un vêtement innovant, une combinaison sportive pour les joueurs de foot. "Finalement, on a conçu une tenue à porter pour tous les jours". Après trois semaines de cours de couture pour mettre au point leur prototype, ils réalisent un combishort qui s'enfile comme un t-shirt. Le coup de génie du concept ? Le zip au niveau des cuisses, parfaitement invisible au premier coup d'œil mais si pratique. Leur marque est baptisée Ludis et se reconnaît grâce à son petit serpent en totem. "Nous avons une collection de 6 modèles pour homme en tissus Ecotex des Pays-Bas. Et la nouvelle collection, réalisée à Marseille à l'atelier Fil Rouge, arrive dans deux semaines". Les retours de la bonne centaine de premiers clients sont excellents. Blanc, beige, marinière, bordeaux... les couleurs restent sobres pour s'associer à un design vraiment novateur. "On a envie que cela se démocratise, briser le cliché qui dit qu'un combishort est réservé aux femmes. La preuve, les pantalons sont destinés à tout le monde non?", s'amusent les deux jeunes créateurs. La collection femme sera en boutique d'ici trois semaines avec trois modèles différents. "Nous avons lancé une campagne de crowfounding sur Tudigo (site dédié aux marques Made in France) pour lancer des précommandes. Et l'année prochaine, nous prévoyons des modèles pour enfants".

Infos pratique: www.ludis-inc.com

Lien: https://www.laprovence.com/article/femina-provence/6047084/marseille-ludis-invente-le-combi-short-pour-hommes.html



Sergent Major débarque à Casablanca

Par <u>**La Redaction**</u> -14 juillet 2020

Sergent Major, la marque de vêtements pour enfants, élargit son réseau marocain avec l'ouverture de sa 3ème boutique, cette fois-ci dans la capitale économique, située au rez-de-chaussée du Morocco Mall.

Après un premier magasin à Rabat Agdal et un autre à Marjane Ryad, le Groupe marocain *Ma Franchise* continue son expansion en ouvrant un troisième point de vente **Sergent Major.** Et c'est à Casablanca, plus précisément au rez-de-chaussée du Morocco Mall que cette nouvelle boutique dédiée à l'univers des petits bambins a été inaugurée en grande pompe le 12 mars dernier. Coronavirus oblige, l'espace a dû fermer ses portes le temps du confinement mais est désormais prêt à accueillir tous les clients dans le respect des mesures sanitaires liées au Covid-19.



Une marque enfantine qui habille les enfants de 0 à 11 ans

Créée en 1987 en France, en clin d'œil à la légendaire plume d'écriture du même nom, cette marque de prêt-à-porter pour enfants est présente aujourd'hui dans plus 500 points de vente à travers le monde. La recette du succès ? Des collections qui allient esthétisme et confort, permettant ainsi aux enfants de bouger et de s'épanouir sans contraintes, mais surtout, une offre large et complète. En effet, chez Sergent Major, aucun enfant n'est oublié. Trousseau (0/6 mois), layette (3/24 mois), enfant (2/11ans)... il y en a pour tous les âges et tous les styles!



Une marque où l'imaginaire des enfants est roi

« Chat perché tropical, L'île aux sorbets, Cachette et épuisette... » l'enseigne propose diverses collections imaginées autour d'histoires qui nous emportent et créent des émotions. Pour cela, Sergent Major donne aux enfants les ingrédients d'un imaginaire fertile : des vêtements dans lesquels on vit. Ainsi, chaque vêtement est

pensé comme une véritable histoire à raconter, dont les principaux motifs seraient les héros.



Qualité et créativité à la française

En plus des imprimés originaux et totalement exclusifs, les vêtements Sergent Major promeuvent une qualité Made in France. En effet, les coupes, la qualité des tissus, l'attention apportée aux finitions et aux détails ainsi que l'harmonie des couleurs de chaque modèle traduisent les valeurs de la marque et contribuent à son succès partout dans le monde. La fabrication des produits Sergent Major suit en outre un cahier des charges précis, élaboré dans le respect de la sécurité de l'enfant et de la qualité du vêtement afin de garantir le meilleur rapport qualité/prix. En résumé ? Des modèles fun et originaux, de qualité, conçus en France et aux prix compétitifs. On attend quoi pour aller les découvrir ?



SERGENT MAJOR

Morocco Mall, boulevard de l'Océan Ain Diab, Casablanca

Téléphone: 05 37 67 10 14

Lien: https://www.plurielle.ma/on-smotive/perso/enfants/sergent-major-debarque-a-casablanca/

Oise: avec Kindy, vos chaussettes finiront au compost

L'usine Kindy va bientôt se mettre à produire des chaussettes biodégradables. Mais pour ce futur engrais, il va falloir attendre l'hiver 2021.



L'usine de chaussettes Kindy, située à Moliens, mise désormais sur les produits Made in France et le recyclé. LP/Marie Briand-Locu

Par **J.D.**

Le 16 juillet 2020 à 17h10

Et si vos chaussettes trouées, plutôt que de s'éterniser dans le fond de vos placards, finissaient avec vos déchets alimentaires? C'est le pari de la marque Kindy qui va lancer, depuis son usine située à Moliens en Picardie Verte, sa gamme de chaussettes compostables à partir de l'hiver 2021.

- « Elles pourront se dégrader naturellement dans un compost afin de servir comme engrais », indique-t-on dans l'entreprise. Pour le moment, impossible d'en savoir plus sur la fabrication de ces chaussettes écolos. « Secret de fabrication ».
- « On ne peut pas dévoiler le détail, mais ces chaussettes seront conçues seulement avec des produits biodégradables », assure Julie Coene, en charge de la communication.

Un nouveau produit qui va intégrer la gamme « 100 % Made in France », Green Socks, lancée par Kindy en 2019. « Notre produit phare, c'est la chaussette en fil recyclé, en jean ou en bouteille en plastique produits dans une filature de Tourcoing. Mais il y a également une paire avec du coton bio et une autre avec de la laine recyclée », détaille-t-on.

Attirer une nouvelle clientèle

Et désormais, la société s'oriente du côté du zéro déchet. « La chaussette biodégradable, on en parle depuis fin 2018, mais c'est une innovation qui met du temps pour être conçue et développée. » Une façon également pour l'entreprise de marquer sa différence sur le marché de la chaussette et attirer une nouvelle clientèle.

« Avec la gamme Green Socks, on est sur des volumes de vente en progression permanente. La demande est de plus en plus importante, de la part des grandes enseignes mais aussi des clients. » Avec 15 millions de produits écoulés chaque année, Kindy représente pour l'heure 5 % du marché français.

Lien: https://www.leparisien.fr/oise-60/oise-avec-kindy-vos-chaussettes-finiront-au-compost-16-07-2020-8354013.php

Cette artiste varoise dessine de drôles d'autocollants pour égayer les masques

PAR QUENTIN BOULEZAZ Mis à jour le 16/07/2020 à 19:54 Publié le 16/07/2020 à 19:54



Moustaches ou lèvres pulpeuses, les stickers peuvent créer des combinaisons uniques. **Photo Quentin Boulezaz**

À Saint-Tropez, l'artiste Niki a dessiné des autocollants en forme de lèvres, de cigares ou de moustaches pour remettre de l'humain chez les porteurs de masque.

C'est peut-être le moment de réinvestir dans cet accessoire devenu indispensable.

Dans son atelier perché au-dessus du port, l'artiste Niki a conçu "une innovation mondiale" pour égayer la froideur des masques.

L'artiste a pris ses crayons et dessiné toutes sortes de lèvres, ou de moustaches à coller sur son masque.

Les autocollants sont pensés pour les masques à usage unique et en tissu. Pour ce faire, les Mask-Sticks sont repositionnables. Aucun souci donc pour laver son masque et remettre son sticker préféré ensuite.

AIDER LES COUTURIERS

La fantasque peintre voulait participer à l'effort des couturiers: "Tout le monde fabriquait des masques en tissu, moi aussi je voulais en faire. Finalement j'ai trouvé plus simple de faire des autocollants, pour une question de sécurité et de normes".

L'artiste suisse avait conçu un masque en tissu avec des motifs de lèvres imprimés. Mais le prototype était en deçà de ses espérances. "L'imprimeur a mis le dessin à l'envers, je dois tout recoudre...", se désole Niki.

La créatrice espérait une mise en vente le jour du déconfinement. À cause de ces contretemps, les Mask-Sticks ont vu le jour fin mai. Qu'à cela ne tienne, Niki reste "fière de ce produit inventé et fabriqué en France".

Si ses ventes restent au mieux confidentielles, la Tropézienne d'adoption ne masque pas ses ambitions: "J'ai grand espoir qu'ils se vendent partout dans le monde, au Brésil, aux États-Unis... ils en ont besoin, ça leur mettrait du baume au cœur".

Alors que ces deux États comptent plus de cinq millions de cas de Covid-19 confirmés, peut-être que ce baume au cœur est bon à prendre.

5,99 euros la pochette de Mask-Sticks. En vente dans les boutiques tropéziennes Chez Cécile, au tabac Barbeau et Compagnie ou sur <u>le site internet de Niki</u>.

Lien: https://www.nicematin.com/insolite/cette-artiste-varoise-dessine-de-droles-dautocollants-pour-egayer-les-masques-542350

Wye-Peygn Morter Et Alexandra Rychner Fondatrices De Réjeanne, La Culotte Menstruelle Brevetée

<u>Désirée de Lamarzelle</u> Journaliste Forbes France 25 juillet 2020



Réjeanne marque culotte menstruelle éco responsable | Réjeanne marque culotte menstruelle éco responsable

Leur collection de culottes menstruelles confortables, sexy, saines et écologiques se décline désormais en maillots de bain. Rencontre avec les fondatrices de cette nouvelle marque digitale 100 % made in France aujourd'hui distribuée chez Monoprix, au Bon Marché et dans les boutiques Darjeeling.

Etre inspirée pour se lancer dans l'entrepreneuriat est essentiel. Pour ces deux anciennes avocates et amies de longue date, l'envie de lancer un produit qui comblerait le manque abyssal de développement écologique et pragmatique sur la protection périodique a été au cœur de leur réflexion.

Avec son brevet*, la jolie marque éco-responsable Réjeanne s'est très vite imposée sur le marché de la culotte menstruelle. Interview.

Désirée de Lamarzelle : Comment est né le projet de Réjeanne ?

Wye-Peygn Morter et Alexandra Rychner : Cette culotte menstruelle, nous l'avons d'abord créée pour nous. Nous avons ensuite décidé de "tester le marché" avec le lancement en octobre 2018 d'une campagne de financement participatif sur la plateforme Ulule : nous avons pré-vendu 800 culottes menstruelles en 24h, plus de 7500 en 45 jours et reçu des milliers de messages. Nous avons réalisé à ce moment que nous étions loin d'être les seules à être insatisfaites!

Quel est le circuit de production made in France que vous revendiquez?

Nos culottes menstruelles sont 100% confectionnées en France par d'anciens ateliers de grandes maisons de lingerie – Lejaby et Chantelle – situés en Bretagne et dans la région lyonnaise.

Quel est le marché de la culotte menstruelle ?

Le marché de la culotte menstruelle évolue rapidement étant donné que chaque jour, de nouvelles adolescentes ont leurs règles. Nous avons des client(e)s de tout âge.

Quelles est la particularité de Rejeanne par rapport à ses concurrentes ?

Nous avons déposé un brevet sur notre assemblage longuement réfléchi afin que la surface de tous les tissus soit optimisée et optimale et qui est à ce jour unique. D'ailleurs, nous proposons différentes options de flux : léger à moyen et important. Et enfin, Réjeanne a également été la première marque de culotte menstruelle à proposer une véritable gamme de lingerie menstruelle (dentelles françaises, coloris, motifs, shorties, tailles hautes, maillots de bain).

Pourquoi la santé des femmes est-elle un enjeu dans la protection intime?

Le secteur de la protection intime a trop longtemps été mis de côté et ignoré en partant du postulat qu'aucune innovation n'était possible et qu'une transparence de composition n'était pas nécessaire. Nous avons véritablement pris conscience de la gravité du problème, de la souffrance et de l'insatisfaction des femmes en lisant les milliers de messages que nous avons reçus lors du lancement de notre crowdfunding en 2018. Si la coupe menstruelle a ouvert un certain nombre de portes ces dernières années, la culotte menstruelle apporte un confort et une douceur qu'aucune protection n'apporte aujourd'hui tout en étant écologique puisque lavable et réutilisable.

Quels freins avez-vous rencontré dans l'entrepreneuriat?

Quand on sait qu'une pièce de lingerie sur 500 est confectionnée en France., le principal challenge est d'allier une fabrication française et un prix éthique et juste.

Réjeanne est-elle également une marque inclusive ?

Depuis le départ, nous avons l'obsession de créer une marque qui parle à toutes les personnes qui ont leurs règles. Nous faisons notre maximum pour être le plus inclusives possible. Nous avons également fait le choix de ne pas retoucher nos photos et nous élargissons notre gamme de taille au fil de notre développement.

Vous avez aussi une nouveauté sur le marché qui est le maillot de bain menstruel...

Nous avons effectué un an de recherche et développement pour concevoir un maillot dans l'air du temps qui intègre un assemblage de protection totalement invisible qui ne gonfle pas dans l'eau. Notre maillot est également confectionné en France dans des ateliers travaillant pour des grandes maisons françaises. Nous allons étoffer la gamme bain dans les prochains mois.

Comment s'organise votre communication?

Réjeanne est une DNVB (Digitally Native Vertical Brands) avec une communication axée essentiellement sur le digital. S'agissant de la distribution, la grande majorité de nos ventes a lieu en ligne. A la demande de nos clientes, nos culottes menstruelles sont distribuées en boutique. Depuis l'an dernier, Réjeanne est disponible au Bon Marché, chez Monoprix et dans les boutiques Darjeeling.

Quelles sont les marques qui vous inspirent?

Notre principale source d'inspiration vient de notre communauté/abonné(e)s, de nos client(e)s et de toutes les personnes inspirantes que nous avons la chance de rencontrer. Nous mettons tout en œuvre pour créer et confectionner les culottes menstruelles dont rêvent nos client(e)s.

*brevet déposé anti fuite avec une technologie qui repose sur 3 couches

Lien: https://www.forbes.fr/femmes-at-forbes/wye-peygn-morter-et-alexandra-rychner-fondatrices-de-rejeanne-la-culotte-menstruelle-brevetee/

Castres. Jersey créations fabrique un tee-shirt made in France et écoresponsable



Sébastien Vergnes est fier de produire ces tee-shirts made in France et écoresponsable. Photo DDM Br.M.

Publié le 13/08/2020 à 05:06, mis à jour à 05:13

L'entreprise textile castraise Jersey Créations, basée sur le Causse, fabrique depuis quelques mois un tee-shirt made in France et écoresponsable en coton bio.

"C'est un projet qui nous rend fier", lâche Sébastien Vergnes associé avec Xavier Affre à la tête de Jersey créations. L'entreprise textile castraise, basée sur le Causse, qui partage ses activités entre la fabrication 100 % française et la personnalisation (broderie, sérigraphie, impression numérique et transfert), vient de lancer un tee-shirt made in France et écoresponsable. Un produit fabriqué pour la marque Kariban. Un spécialiste du vêtement vierge voué à être personnalisé avec lequel travaillait Jersey Créations depuis un moment. Et quand Laurent Marty, le patron de Kariban, est venu trouver Xavier Affre et Sébastien Vergnes en leur disant qu'il souhaitait accentuer les notions d'écoresponsabilité dans sa production, les patrons castrais ont sauté sur l'occasion.

"Cela correspond à nos valeurs mais sans eux on n'aurait pas pu le faire", explique Sébastien Vergnes. Car le géant Kariban leur a donné une crédibilité pour pouvoir trouver les fournisseurs, les moyens pour acheter des machines "plus performantes, moins bruyantes et qui consomment moins" et embaucher trois couturières afin d'obtenir la qualité et la capacité de production nécessaires. "On a cherché dans le Tarn mais on n'a pas trouvé pour l'instant", continue le chef d'entreprise qui a donc fait affaire avec un fabricant situé à côté de Saint-Etienne qui leur fournit les rouleaux de tissu en coton biologique. Dans ses locaux du Causse qui viennent d'être agrandis (voir encadré), Jersey découpe, confectionne ces tee-shirts blancs pour hommes et femmes et rajoute le petit logo tricolore sur la manche garantissant l'origine France. Des tee-shirts emballés dans du papier kraft recyclé et mis en carton recyclé pressé dans l'Aude avant d'être livré à Toulouse au siège de Kariban.

"Entre la matière, la fabrication et la livraison, le tee-shirt fait 500 km seulement", ajoute Sébastien Vergnes pas peu fier de limiter l'empreinte carbone. Une production également certifiée par Ecocert Greenlife. Un double label qui "prouve que l'on peut

arriver à le faire". Même s'il a fallu que Jersey créations paye la certification Origine France Garantie, un gage de qualité et de responsabilité dans la conception et la production du tee-shirt 100 % fabrication française.

Des marges étroites pour un prix raisonnable

Un comble "d'être obligé de payer pour dire qu'on fabrique en France" quand on sait que fabriquer à l'étranger réduit déjà les coûts de production. Sans compter que certains détournent ce label en jouant avec les règles. "Notre philosophie c'était d'y aller à 100 % même si nos marges sont étroites pour proposer un prix raisonnable. Mais on dort bien la nuit et on consolide 27 emplois", ajoute Sébastien Vergnes qui espère développer une production de tee-shirt en couleur et pour enfants par ce même circuit prochainement.

Parce que Kariban vend très bien cette nouvelle production et veut développer la gamme. Depuis février et le lancement de la production, Jersey a créé 7 000 tee-shirts.

Une fabrication freinée par la crise sanitaire d'autant que l'entreprise a fabriqué des masques pour répondre à la demande. "L'objectif est maintenant de produire 1 200 pièces par semaine", confie le patron. Du pain sur la planche pour cette petite entreprise qui monte.

Des locaux agrandis et plus fonctionnels

"On est des artisans en train de devenir industriels", confie Sébastien Vergnes. La société, implantée sur le Causse depuis 2012, a lancé des travaux d'agrandissement cet hiver, après avoir racheté le bâtiment mitoyen qui abritait jusque-là le siège du CO, pour passer de 900m2 à 2200m2 de locaux et ainsi accompagner son développement (voir notre édition du 14janvier). Le chantier, confié à des entreprises locales et pour l'essentiel voisines sur le Causse, est aujourd'hui fini et les 27 salariés disposent d'un magnifique outil de travail bien pensé qui améliore l'orgnaisation de la production. Il y en a donc eu du chemin parcouru depuis la création de l'entreprise, au départ spécialisée dans le flocage de vêtements de sport, par Xavier Affre dans sa cave en 1995. 25 ans plus tard, la société travaille avec de grands groupes comme Kappa, Décathlon ou Sport 2000 et de nombreuses entreprises locales, associations, particuliers... Il faut dire que rapidement son savoir-faire a été reconnu. Et petit à petit Jersey créations a racheté les entreprises sud tarnaises avec lesquelles elle travaillait et qui risquait de disparaître à cause de difficultés financières ou faute de repreneurs. Des salariés qui sont dorénavant tous regroupés sur le site du Causse et appartiennent à la même "famille".

Lien: https://www.ladepeche.fr/2020/08/13/jersey-creations-fabrique-un-tee-shirt-made-in-france-et-ecoresponsable-9018135.php

Des shorts de bain haut de gamme "Made in France"

24 Août 2020



Un Ligérien a eu l'idée de fabriquer des shorts de bain avec une poche étanche intégrée et un caleçon en coton. Pratique et agréable!

Mickaël Galiano Bayet est un jeune retraité militaire reconverti en chef d'entreprise. En plus de posséder 2 franchises Subway en Loire Sud, cet habitant de Saint-Martin-la-Plaine a lancé cette année sa marque de vêtement "Onzième Choc". Ces shorts de bain, fabriqués à 100% en France, comprennent 2 innovations. Le traditionnel filet qui frotte entre les jambes a été remplacé par un boxer en coton et une poche étanche a été intégrée dans le short. Cette poche étanche de 20 cm de largeur fait l'objet d'un brevet déposé. Elle est censée résister à une profondeur de 9 mètres.

Un short de bain de qualité vendu 249 euros exclusivement sur le site <u>onziemechoc.com</u>.

Malgré ce prix élevé, sur les 250 pièces fabriquées pour ce coup d'essai, plus de 200 pièces ont déjà trouvé preneurs. Pour écouler le stock, les derniers modèles sont vendus 139 euros.



Lien: https://www.tl7.fr/actualites-loire/economie/economie/3/des-shorts-de-bain-haut-de-gamme-made-in-france/2025.html

Machecoul. Néliah met du soleil dans le prêt-à-porter



Hajer Hadj-Khalifa a ouvert Néliah, une boutique de prêt-à-porter féminin à la place de Chez Michel, salon de coiffure fermé il y a trois ans. | OUEST-FRANCE

Ouest-France Publié le 25/08/2020 à 06h00

Vitrine

« Il y avait besoin de renouveau à Machecoul, place aux jeunes. C'est très bien cette nouvelle proposition de prêt-à-porter, j'en parle déjà autour de moi », commente une des premières clientes.

Hajer Hadj-Khalifa, la gérante de la boutique, habitante de La Chevrolière, mûrissait son projet depuis deux ans, mais elle ne parvenait pas à l'installer dans sa commune. C'est en passant à Machecoul-Saint-Même, il y a deux mois, qu'elle a aperçu le petit local commercial à louer, ancien salon de coiffure de la place du Marché. « J'ai sauté sur l'occasion », lance-t-elle. Crise sanitaire ou pas, « il faut foncer, c'est maintenant ou jamais, on ne va pas s'arrêter de vivre, ce projet me tenait à cœur depuis longtemps », assure-t-elle.

Hajer a exercé pendant deux ans en tant qu'auto-entrepreneuse, dans la vente en ligne et à domicile. Mais son souhait, c'était d'avoir sa boutique. Elle a baptisé cette dernière Néliah, un prénom qu'elle pensait donner à son dernier né… qui était un garçon ! « Néliah, cela veut dire éclat de soleil », sourit la jeune femme.

Dans sa boutique, elle propose un rayon « Made in France ». Les prix sont compris entre 10 € et 60 €. Son concept, c'est de ne pas travailler avec des stocks. Chez Néliah, certaines pièces ne sont en vente qu'à l'unité, il y aura maximum six pièces d'un même article, toutes tailles confondues. L'idée, c'est que les Machecoulaises ne voient pas la même pièce chez leur voisine. Des sacs et petits accessoires sont également en vente.

Néliah, 7 bis, place du Champ-de-Foire. Ouvert du lundi au vendredi, de 10 h à 13 h, de 14 h à 19 h ; samedi, de 10 h à 13 h et de 14 h à 18 h 45. Facebook et Instagram : Néliah clothing.

Machecoul. Néliah met du soleil dans le prêt-à-porter

Lien: https://www.ouest-france.fr/pays-de-la-loire/machecoul-saint-meme-44270/machecoul-neliah-met-du-soleil-dans-le-pret-a-porter-6947268

À Avranches, une boutique dédiée aux produits français

À partir de jeudi 3 septembre 2020, le magasin Portobello, rue de la Constitution, fait place au Coq en baie. Un magasin d'articles fabriqués uniquement en France.



Dans sa boutique le Coq en baie, Mylène Lemesle a décidé de promouvoir exclusivement les produits de fabrication française. | OUEST-FRANCE

Ouest-France Publié le 01/09/2020 à 09h26

En avril 2016, Mylène Lemesle ouvrait son magasin de prêt-à-porter de grandes marques internationales, Portobello, situé au 50, rue de la Constitution. La commerçante a décidé de prendre un nouveau tournant en ne proposant, désormais, que des produits fabriqués en France, afin de privilégier les circuits courts et de mettre en avant les savoir-faire locaux.

Mettre en avant les produits français

« Il y a trois ans, j'ai commencé à travailler le made in France avec certains accessoires tels les ceintures, bretelles, boxers, où encore pantoufles de marques de prêt-à-porter françaises, comme Royal mer, explique Mylène Lemesle. L'ouverture d'un magasin concept de produits français germait dans ma tête depuis quelques mois. Le confinement et la crise sanitaire ont été le déclic pour sauter le pas. »

Durant les deux mois de confinement, Mylène Lemesle s'est ainsi mise en quête de créateurs de produits français. « J'avais besoin de retrouver de vraies relations humaines que je n'avais pas avec les marques internationales. Là, je travaille en direct avec le créateur de la marque, qui parle de la conception et du cheminement des articles. Il y a un échange constructif et réel. »

Rebaptisée Le Coq en baie, la boutique ouvrira ses portes, jeudi 3 septembre. Un choix d'enseigne qui n'est pas dû au hasard. « Le coq, emblème de la France, la baie, l'endroit où l'on vit. Le tout étant intemporel. »

« Valoriser le savoir-faire »

Des textiles homme et femme, accessoires, vaisselle, linge de maison, articles de décoration, en passant par des savons, bijoux, thés ou infusions, « c'est l'occasion de v aloriser notre savoir-faire, le faire connaître au plus grand nombre, et mettre en avant les petites entreprises françaises qui s'investissent, autant personnellement que financièrement, sans oublier les enjeux environnementaux ».

Afin de renforcer et développer son réseau, Mylène Lemesle prévoit d'adhérer, dès à présent, à un collectif de boutiques de produits français, créé à l'initiative de l'entreprise L'Appartement français, de Paris. L'ouverture de la nouvelle enseigne s'accompagnera aussi de l'embauche d'une apprentie « pour gérer tous les produits et pouvoir conseiller au maximum les clients. Ce sera un plaisir de former quelqu'un ».

Le Coq en baie, 50, rue de la Constitution, ouvert du mardi au samedi, de 10 h à 19 h, à partir de jeudi 3 septembre.

Lien: https://www.ouest-france.fr/normandie/avranches-50300/a-avranches-une-boutique-dediee-aux-produits-francais-6955383

Exincourt : Sarah, vendeuse de prêt à porter à domicile

Sarah Gaume s'est lancée dans la vente de prêt à porter depuis février. Si elle peut recevoir pour présenter sa collection, elle se déplace le plus souvent chez les particuliers dans le cadre de réunions collectives pour la marque Elora, qui promeut le made in France et propose une gamme de vêtements écoresponsables.

Par Boris MASSAINI - 01 sept. 2020 à 07:00



Sarah peut se déplacer avec sa collection mais aussi la présenter depuis chez elle.

Photo ER /Boris MASSAINI

« Elora est une marque française basée à Nantes, les vêtements sont dessinés en France, et fabriqués en France ou en Europe ». Sarah Gaume est la première ambassadrice de la marque qu'elle propose à ses clients depuis le mois de février. Elle nous accueille d'ailleurs vêtue d'une robe et d'une ceinture de cette même marque.

Pour Sarah, dont le métier est éducatrice de jeunes enfants, il s'agit avant tout d'une activité de complément de revenus. Ce qui ne l'empêche pas de savoir où elle va : « on a des formations, en colorimétrie, en morphologie, par visioconférence, téléphone ou lors de rendez-vous physiques. J'en ai par exemple un prévu le 3 septembre prochain à Danjoutin. »

Du 32 au 56

Sarah Gaume se déplace notamment lors de réunions, avec toute sa collection. Mais il s'agit de passer des commandes et non de garder les vêtements essayés. Si Sarah n'a pas toujours tout l'éventail des tailles en rayon, la marque propose tout de même d'habiller les femmes du 32 au 56. Les hommes aussi, dans une moindre mesure. « Il n'y en a pas dans les réunions, comme il y a des essayages, il n'y a que des femmes, mais des hommes peuvent me contacter s'ils sont intéressés, même si je n'ai pas la collection homme, il est possible de passer commande ».

La jeune femme s'adapte au contexte sanitaire, elle s'équipe en effet de lingettes désinfectantes, de gel hydroalcoolique mais aussi d'un défroisseur « qui permet d'assainir les vêtements. Et les réunions sont limitées à 10 personnes ».

Certains vêtements made in France

« Les personnes intéressées peuvent aussi se déplacer pour voir la collection », poursuit-elle. Les vêtements automne hiver sont en rayon depuis le 7 août. La marque, qui promeut pour certains articles le made in France, propose aussi des vêtements estampillés « écoresponsable », conçus en lin, en coton bio ou encore en lyocell (N.D.L.R. : tissu en pulpe de bois).

L'épidémie de Covid-19 n'a pas été la période idéale pour se lancer, mais le déconfinement suivi des soldes lui ont permis de bien s'en sortir. Sarah peut aussi apporter des conseils à toute personne désireuse de se relooker. « J'aime la mode, et je me suis dit que c'était intéressant pour aider les femmes à prendre confiance en elles ».

Sarah Gaume, conseillère mode à domicile. 06 73 26 12 03 ou sarah-0612@hotmail.fr. Retrouvez-la aussi sur Facebook et Instagram : Sarah Elora

Lien: https://www.estrepublicain.fr/economie/2020/09/01/sarah-vendeuse-de-pret-a-porter-a-domicile

Déco, vêtements et cosmétiques 100 % made in France, à la boutique Le Local, à Rouen

Une nouvelle boutique a ouvert ses portes rue Massacre, à Rouen (Seine-Maritime), Le Local, qui propose uniquement des produits (déco, vêtements, cosmétiques) made in France.



Valentin Jules, créateur de la boutique Le Local, rue Massacre à Rouen (Seine-Maritime), qui propose uniquement des produits fabriqués en France. (©FM/76actu)

Par Fabien Massin Publié le 5 Sep 20 à 17:12

Les adeptes du made in France ne manqueront pas de noter cette nouvelle adresse, à Rouen (Seine-Maritime) : Le Local, boutique située au 11, rue Massacre — la fameuse « rue aux parapluies ».

Des masques stylés

La boutique a été créée par un jeune entrepreneur, Valentin Jules, qui après plusieurs années passées dans la grande distribution, a voulu se mettre à son compte. En parallèle, l'idée de proposer uniquement des produits fabriqués en France a germé.

Aujourd'hui, Le Local a en rayon de l'habillement (avec des marques comme Le Slip Francais, La Gentle Factory, Coureur du dimanche, la maroquinerie vegan Fantome), des arts de la table (Maison Revol), des cosmétiques normands (créations de l'entreprise de Saint-Lô Melchior et Balthazar) et de la décoration (déco en béton de Paname Workshop, affiches de La majorette à moustache). Sans oublier, signe des temps... des masques, signés du couturier seinomarin Romain Briffault), originaire de Morgny-la-Pommeraye)

Les meubles utilisés pour exposer les produits sont également de fabrication locale (San Design, à Quincampoix, au nord de Rouen) et l'enseigne qui orne la devanture a été réalisée par un Rouennais (Smad Letters).



La devanture de la boutique Le Local, rue Massacre à Rouen (Seine-Maritime), entre le Palais de justice et la rue du Gros-Horloge. (©FM/76actu)

Infos pratiques:

Le Local, 11, rue Massacre, à Rouen.

Ouvert le lundi de 14 heures à 19 heures, et du mardi au samedi de 10 heures à 19 heures.

Tél.: 02 35 00 78 37

Lien: https://actu.fr/normandie/rouen 76540/deco-vetements-etcosmetiques-100-made-in-france-a-la-boutique-le-local-arouen 35870354.html

Inversion, le sweat engagé dont le prix est... celui que vous choisirez!



© La Pure Family

07/09/2020 - Mise à jour 14/09/2020

Chaque semaine, nous vous offrons la possibilité de remporter des cadeaux durables. Cette semaine, nous proposons à une personne de remporter un sweat-shirt Inversion, designé par PURE, d'une valeur de quarante euros.

<u>PURE</u> est une marque de textile engagée, née en 2018 dans le sud de la France, sous le soleil azuréen. La jeune entreprise propose des T-Shirts en coton biologique made in France, intégralement recyclables. Ce faisant, PURE entend inciter les consommateurs à opter pour une mode durable, sans se tourner vers les grandes enseignes qui, souvent, s'avèrent peu regardantes quant à la composition de leurs produits, et à leur durée de vie.

Pour Antoine et Maxime, fondateurs de PURE, il était tout naturel d'imaginer un produit respectueux de l'environnement, conçu par une entreprise plaçant la planète et les Hommes au-dessus des questions de croissance. Toutefois, entreprendre en s'inscrivant dans ce cahier des charges, c'était se borner à imiter la démarche de nombreuses marques écoresponsables. En conséquence, PURE a imaginé un nouveau produit, le sweat Inversion. La jeune marque a récemment lancé une levée de fonds pour commercialiser son nouveau produit, produit qui se distingue à travers un élément bien particulier : la liberté laissée au consommateur dans le choix du prix d'achat.

Avant d'aborder cette singularité, il convient de s'intéresser au processus de fabrication du sweat, qui s'apparente à un tour de France éthique et responsable. Tout commence avec un molleton recyclé, fabriqué dans les Hauts-de-France. Ce tissu basique est créé à partir de chutes de coton, et de polyester issu de bouteilles

en plastique. Le molleton reçoit ensuite une teinture certifiée OEKO-TEX, avant d'entrer dans l'atelier de confection, qui se trouve dans la Loire. Ce qui en ressort, c'est un sweat-shirt directement personnalisé par les équipes de PURE. Un produit conçu grâce aux circuits courts et à des matériaux recyclés, et qui n'en reste pas moins élégant, sobre et stylé! Bonus: le sweat Inversion est particulièrement peu gourmand en termes de ressources naturelles. En effet, sa fabrication ne nécessite que 50 litres d'eau, contre 8000 pour un équivalent standard!

Cependant, l'unicité du sweat Inversion réside dans le fait que c'est que c'est à l'acheteur de décider de son prix. Concrètement, cela signifie que le vêtement possède un tarif de base, 40 euros, mais que cette somme couvre uniquement les frais de fabrication. PURE ne réalise aucune marge, convertissant l'intégralité des bénéfices réalisés en dons reversés à l'association 1% for the Planet. Soucieux de protéger l'environnement depuis toujours, Antoine et Maxime ont souhaité donner une forme concrète à leur engagement, en proposant un vêtement qui ne leur soit pas directement bénéficiaire. L'achat du sweat s'apparente ainsi à une démarche militante, pour le fabricant comme pour le consommateur.

En définitive, PURE a choisi de se démarquer des acteurs du textile engagé en imaginant un sweat vendu au juste prix, sans marge réalisée par le fabricant. Une belle façon de se lancer dans la bataille contre le changement climatique, tout en développant des sweat-shirts confortables, aptes à nous réchauffer en ce début d'automne. Cela dépendra toutefois du succès de la <u>levée de fonds</u> dédiée à ce beau projet, une opération à laquelle on ne peut que vous encourager à participer!

Lien: https://www.linfodurable.fr/technomedias/inversion-le-sweat-engage-dont-le-prix-est-celui-que-vous-choisirez-19962

Innovation : Lolopop, le sweat made in France pour allaiter malin

Parce qu'en magasin elle ne trouvait pas de vêtements adaptés aux mamans qui allaitent, Madeleine Petitjean a décidé de créer un sweat pratique et fabriqué en France. Les précommandes sur internet démarrent très fort.

Publié le 12/09/2020 à 07h00



Des marques de vêtements commencent à s'intéresser au créneau de l'allaitement. • © M-AH Photographe Côte-d'Or Dijon Bourgogne

Madeleine Petitjean vient d'avoir son troisième enfant. Elle a accouché d'une petite fille le 31 août ... et quatre jours plus tard, elle lançait une campagne de crowfunding sur la plateforme Ulule.

Objectif : récolter des fonds pour lancer un produit sur lequel elle travaille depuis plusieurs années : un sweat imaginé pour les mères qui allaitent. Le vêtement a été conçu avec une modiste : il comporte **des fermetures éclairs invisibles de chaque côté de la poitrine**, ce qui permet de le zipper et de le dézipper facilement pour allaiter en toute discrétion.

La jeune maman, qui a fait des études d'histoire et travaillé dans une agence de communication marketing, n'aurait jamais imaginé se lancer dans une pareille aventure. L'idée lui est venue parce qu'elle n'avait rien trouvé pour s'habiller de manière pratique et stylée quand elle allaitait.

"Depuis quelques mois seulement, il y a quelques marques qui commencent à émerger sur le créneau de l'allaitement. Mais, je m'étais déjà rendu compte qu'il y avait une vraie demande, car **il y a quand même 730 000 naissances par an en France.** Des mamans qui allaitent, il y en a de plus en plus parce que cela revient à la mode, on veut plus de naturel. J'ai donc voulu participer à cet essor en proposant quelque chose qui colle à mes

valeurs du "made in France" et du local autant que possible", dit Madeleine.

Cette mère de famille de 33 ans, originaire de la Région parisienne, est arrivée en Bourgogne par hasard pour le travail de son mari. **C'est à Dijon qu'elle a conçu Lolopop, le sweat d'allaitement entièrement fabriqué en France.**

Le tissage est fait à **Moreuil** dans la Somme, le patronage à **Saint-Pardoux-de-Dronne** en Dordogne, la confection et le marquage à **Paris**.

Pour le moment, trois coloris sont disponibles : écru, bleu et moutarde qui est "un clin d'œil à la région Bourgogne". D'autres couleurs seront proposées au fur et à mesure de l'avancée du projet.



Le sweat Lolopop a été conçu pour les mamans qui veulent allaiter partout et en toute discrétion. • © M-AH Photographe

La campagne de crowfunding a démarré sur les chapeaux de roue

En moins d'une semaine, l'objectif de récolter 10 000 euros a été atteint.

"Cela me permet de lancer une première production, qui correspond à environ 100 sweats commandés."

Désormais, Madeleine Petitjean vise une deuxième étape : **atteindre les 150 préventes pour pouvoir proposer un quatrième coloris (corail) aux contributeurs.** Ensuite, à partir de 300 préventes, il y aura un cinquième coloris disponible (vert sapin). Les pré-commandes ont lieu jusqu'à mi-octobre, la mise en production aura lieu en novembre et les livraisons avant Noël.



Lolopop, le sweat "made in France" pour allaiter malin a été conçu à Dijon par Madeleine Petitjean. • © M-AH Photographe

Acheter "made in France", c'est plus cher mais ça crée de l'emploi

Seul bémol : le prix de ce sweat entièrement fabriqué en France n'est pas à la portée de tout le monde. Madeleine Petitjean le sait, "le prix de 89 euros va forcément décourager certaines femmes, car aujourd'hui on a une notion des prix qui est faussée. On achète facilement un sweat à 30 euros dans une grande enseigne, en ayant conscience ou pas qu'il est fait à l'autre bout du monde et qu'il implique des conséquences économiques, écologiques et sociales qui sont désastreuses pour l'humain et pour la planète."

Le pouvoir d'achat n'est pas extensible, donc chacun fait en fonction de ses moyens. Moi, j'ai choisi de proposer un sweat qui est fabriqué en France, qui rémunère correctement des salariés, qui crée de l'emploi et qui met en avant des savoir-faire. Malheureusement, ça a un coût et heureusement que ça a un coût, car ça nous permet de bénéficier d'un système social et de santé qui fonctionne.

Madeleine Petitjean, fondatrice de Lolopop

L'objectif de l'entrepreneuse est d'augmenter progressivement les quantités fabriquées "pour **essayer de tirer le plus possible les prix vers le bas et pouvoir m'adresser au** **plus grand nombre de mamans,** en sachant bien que lorsqu'on fait du 100% made in France, on n'est pas au niveau des prix des pays de l'Est."



Lolopop, le sweat "made in France" pour allaiter malin comporte des fermetures éclairs invisibles de chaque côté de la poitrine. • © M-AH Photographe

"Tout se passe bien et je croise les doigts pour que ça continue!"

En attendant, le projet de Madeleine Petitjean l'a amenée bien plus loin qu'elle aurait pensé.

"A force de réfléchir à la question, je me suis rendue compte que de nombreuses mamans avaient échoué dans leur projet d'allaitement, car elles étaient mal suivies. De nombreux professionnels de santé ne sont pas formés à l'allaitement, et on est obligé de se tourner vers des personnes dans le privé (des conseillères en lactation ou des accompagnantes péri-natales).

C'est pourquoi récemment **je me suis reconvertie pour devenir** accompagnante péri-natale. Je me suis formée et j'ai validé une première partie de mon diplôme. Si tout va bien, je devrais soutenir mon mémoire de fin de formation au mois d'octobre sur l'allaitement maternel."

Alors, bien sûr, les nuits de la mère de famille sont un peu compliquées en ce moment. Mais, "tout se passe bien et je croise les doigts pour que ça continue."

Beatrice de Lavergne

Lien: https://france3-regions.francetvinfo.fr/bourgogne-franche-comte/cote-d-or/dijon/innovation-lolopop-sweat-made-in-france-allaiter-malin-1871466.html

Une jeune ariégeoise lance « Malucette », le premier tanga menstruel stylé, éco-responsable et Made in France

ParLaurence d'AzinatTv

Article du 18 septembre 2020



ELLE S'APPELLE WILLO MARCHAIS, ELLE A 22 ANS, ELLE EST MANNEQUIN, CHEFFE D'ENTREPRISE ET ELLE EST ARIÉGEOISE.

Née dans une famille « *hippie* » à Massat, Willo est allée au collège de Seix, puis au lycée à Foix. Elle a commencé le mannequinat à 16 ans. Celui-ci l'a amenée à Paris à l'âge de 18 ans. Aujourd'hui elle lance sa propre marque de lingerie menstruelle entièrement made in France, à partir de coton bio certifié OEKO-TEX.

Dès son arrivée à Paris elle a un coup de foudre pour l'univers du prêt-à-porter et de la lingerie. Avec un bémol : en raison de son éducation, elle n'a jamais adhéré à la sur-consommation et la pollution globale qui en est la conséquence.

Parce qu'elle est rousse, ce qui est rare dans ce milieu, Willo réalise beaucoup de campagnes publicitaires pour tous types de marques. Elle a par exemple décroché récemment un contrat avec Moutton Collet (marque parisienne de Bijoux) qui a donné lieu à une campagne d'affiches dans Paris et New-York.

Elle a eu l'idée de Malucette à partir de son expérience personnelle.

« Quand j'ai voulu acheter ma première culotte menstruelle, je n'ai pas trouvé de formes originales ou sexy, seulement de grosses culottes noires en triangle. Pour ma part, j'ai

vraiment mes règles une semaine par mois et je ne me voyais pas porter ce genre de culottes un quart de ma vie... » explique-t-elle

Pourtant, Willo est bien décidée à ne plus porter de protections hygiéniques, car elles sont pleines de produits chimiques et cancérigènes.

Au cours de sa carrière de mannequin, en évoluant dans le milieu de la mode, elle a toujours eu envie de fonder sa propre marque alors elle a choisi de se lancer avec ce projet novateur, à la fois bénéfique aux femmes et à la planète.

Aujourd'hui, Malucette ambitionne de contribuer à changer l'état d'esprit autour des menstruations et faire évoluer les mentalités.

Bon pour soi, bon pour la planète

En France, sur une seule année, ce sont 2 304 000 000 de tampons qui sont jetés, auxquels il faut rajouter les serviettes. Ces produits contiennent des substances toxiques et demandent à être changés plusieurs fois par jour.

Malucette propose des modèles ultras-fiables qui accompagnent les femmes tout au long de la journée et qui ont une **durée de vie de 4 ans**.

Avec une vraie garantie: le tanga menstruel est fabriqué à partir de fibres de bambou et de coton bio certifié Oeko-Tex, ce qui atteste de l'absence de substances nocives dans les textiles (tant pour l'environnement que pour les humains).

De plus, chaque tanga est conçu en France, à Troyes (la capitale du textile). Chaque achat réalisé permet ainsi de contribuer à préserver le savoir-faire artisanal français, à dynamiser le tissu économique local et à garantir des conditions de travail dignes aux « petites mains » qui fabriquent les tangas. La production locale diminue aussi la pollution liée aux transports.

Willo précise : »La démarche de faire du made in France est une évidence pour moi. Je fais partie de cette génération de créateurs qui pense que l'éthique et l'éco-responsabilité sont à placer au cœur de tout projet de développement.

Derrière Malucette, il y a bien sûr Willo Marchais, mais aussi : Auréliane et Marion, les stylistes et modélistes, ainsi que Robin, Edouard, Julien et Theo, les designers. Toute une équipe qui est bien décidée à casser les codes :

Les précommandes sont déjà disponibles sur Ulule!

Une campagne de pré-commandes sera disponible sur Ulule à partir du 15 septembre.

Pour participer à cette campagne de crowdfounding, c'est par ici : https://fr.ulule.com/malucette-le-tanga-menstruel/www.malucette.com/www.facebook.com/Malucette.co
www.instagram.com/malucette.co/

Lien: https://www.azinat.com/2020/09/une-jeune-ariegeoise-lance-malucette-le-premier-tanga-menstruel-style-eco-responsable-et-made-in-france/

W Boutique, qualité française de A à Z

Ouverte en 1988, W Boutique a toujours la même passion pour la mode de qualité. Depuis 2011, Carole Candelier continue de tisser l'histoire de ce commerce rémois grâce au savoir-faire français. Parfait pour passer un hiver en douceur.



Carole Candelier, l'âme de W Boutique. (© l'Hebdo du Vendredi)



De belles matières, des couleurs vives et bien sûr les rayures emblématiques des vêtements marins. Les collections homme et femme proposées par Carole Candelier sont à la fois modernes et intemporelles. Dans l'artisanat textile depuis toujours, celle qui a repris W Boutique, a noué des liens solides avec l'histoire de ce commerce rémois. « J'ai connu l'ancienne propriétaire Mme Wahart, nous avons travaillé ensemble. Je sais son attachement à la qualité des vêtements parce que nous partageons le même. » Mme Candelier a d'ailleurs confirmé le succès du lieu. « Il y a 9 ans, quand j'ai repris, j'ai transformé l'espace de la boutique pour l'aérer, puis j'ai choisi de travailler en étroite collaboration avec Saint James. » Ce fleuron de l'industrie textile française a trouvé une place de choix dans la cité des sacres. Le savoir-faire ancestral de l'atelier normand a tout pour plaire à la clientèle de W Boutique, avec, comme le résume sa gérante, « une belle confection, un beau rendu et un bon suivi.»

PASSEZ L'HIVER AVEC STYLE

Saint James et le meilleur de la confection française, tel que Daneva et Mat de Misaine, perpétuent ici une idée du style à la fois chic et confortable. Carole Candelier et ses précieux conseils vous permettrons de faire face à l'hiver lovés dans de belles matières douces. Son vestiaire est un joli

mélange de touches décontractées et urbaines avec des marinières intemporelles, des doudounes aux couleurs toniques et des pulls en cachemire ou en laine chaude « qui plaisent aux jeunes filles et à leurs grands-mères. ». Parfait pour aborder cette fin d'année avec style. Rester tendance en conservant la tradition d'une confection de qualité Made in France, rend W Boutique indémodable, autant que l'accueil chaleureux de sa propriétaire!

W Boutique, 14 Cours Jean-Baptiste Langlet, 51100 Reims - Tel. 03 26 88 40 33

www.wboutique-saintjames.com

Lien: http://www.lhebdoduvendredi.com/article/38575/w-boutique-qualite-francaise-de-a-a-z

Valenciennes: O'Charmant Français, nouvelle échoppe «made in France» pour hommes

La boutique de prêt-à-porter vient d'ouvrir rue du Quesnoy, au cœur de Valenciennes.

Par La Voix du Nord | Publié le19/09/2020



Dès l'âge de quinze ans, Benjamin Sablière, valenciennois depuis une dizaine d'années, se voyait commerçant. Et le 2 septembre, le rêve a pris vie pour le jeune homme, qui a ouvert sa boutique de prêt-à-porter et accessoires pour hommes au 107, de la rue du Quesnoy. Son nom ? O'Charmant Français. Il y propose du 100 % made in France, des marques emblématiques tel Royal Mer, Chic Français, Gentle Factory, Style Français, de la taille s au XXL et du 36 au 46 pour les pantalons. Il projette d'élargir sa gamme avec des collections grandes tailles, et des couvre-chefs et se dit prêt à répondre aux demandes et envies de sa clientèle. Benjamin est à l'image de sa boutique, chic et élégant, un dandy courtois convaincu que le charme à la française est une référence dans le monde de la mode masculine.

Révélé par un concours

Après un Bac pro ARCU – comme « accueil et relation clients et usagers » – effectué au lycée la Sagesse, il prospecte le marché du travail. Faute de trouver ce qui lui correspond, il présente en

septembre 2019 son projet à la première édition valenciennoise du concours « Mon centre-ville a un incroyable commerce ». Sur les 80 participants – dont 15 porteurs de projet, il se classe second. Suite à cette performance, il trouve l'aide logistique et financière auprès de Val Initiatives, du comité local d'aide aux projets (CLAP) et de l'association Germinal, basée à Denain. **Malgré son jeune âge – 21 ans – sa banque n'a pas hésité à soutenir le projet.** Enfin, c'est à la BGE qu'il a pu trouver conseils et formation en gestion et business plan.

Facebook: O'Charmant Français. Numéro de téléphone: 09 88 38 30 82.

Lien: https://www.lavoixdunord.fr/art/867536/article/2020-09-19/valenciennes-o-charmant-français-nouvelle-echoppe-made-francepour-hommes

En achetant ce T-shirt fabriqué en France, vous pouvez aider les plus démunis à retrouver du travail



La campagne de crowdfunding du T-shirt SAINT-AIX a été lancée le 21 septembre dernier sur la plateforme Ulule. Courtesy of SAINT-AIX



Romain Bonnard est le fondateur de la marque de vêtement "SAINT-AIX". Courtesy of SAINT-AIX

Mode - Accessoires - Shopping

Publié le 23/09/2020 à 16:24, mis à jour à 17:32

(ETX Studio) - La mode responsable, on commence à bien connaître. Et pourtant. Une entreprise française vient de lancer une campagne de crowdfunding un peu particulière pour financer son T-shirt solidaire. Sa particularité ? En commandant un T-shirt, l'entreprise reverse des bénéfices à la fondation Abbé Pierre et permet à des personnes en grande difficulté d'accéder à un emploi. Une belle initiative 100% française que nous a expliqué son fondateur Romain Bonnard.

"Contribuer ensemble à redonner un sourire, une fierté, de l'estime de soi, de la confiance, de la joie et de l'envie de vivre est notre plus grande fierté, mais aussi la

raison pour laquelle nous avons crée SAINT-AIX". Des mots forts et engagés portés par une start-up française. **SAINT-AIX** est une marque de vêtements qui vient de lancer sa campagne de crowdfunding pour des T-shirts solidaires sur <u>la plateforme Ulule</u>. En seulement trois jours, la marque de vêtement a déjà atteint plus de la moitié de son objectif fixé à 100 préventes et devrait largement le dépasser jusqu'à sa clôture le 22 octobre prochain à minuit. La raison de ce succès florissant malgré un prix de départ à 30 euros s'explique par son engagement citoyen en reversant 1 euro à la fondation Abbé Pierre pour chaque T-shirt commandé et en luttant contre l'exclusion sociale.

Avec l'aide d'ateliers d'insertion

Derrière cette initiative solidaire se trouve un jeune Français de 36 ans du nom de Romain Bonnard. Visiblement engagé, cet homme d'affaires a fondé sa société SAINT-AIX en 2019 avec pour mission de réinsérer les personnes les plus démunies par le travail : "Chez SAINT-AIX, on fait travailler un maximum de personnes qui sont dans des situations d'exclusion sociale ou d'extrême pauvreté. Que ce soit via des ateliers d'insertion qui font faire la confection et la couture des vêtements, ou dans d'autres ateliers d'insertion qui seront en charge de la logistique et de la préparation de commande des colis", explique le fondateur Romain Bonnard.

Cette idée, Romain Bonnard l'a eue il y a environ une dizaine d'années en se promenant simplement dans son quartier parisien. "Il y avait beaucoup de sans-abris dans mon quartier donc j'ai commencé à aller à leur rencontre avec des associations et là, ça a été vraiment une découverte", a-t-il confié. "J'ai découvert qu'il y avait vraiment des personnes intéressantes et surtout qui étaient motivées et qui avaient des compétences. C'était des personnes qui auparavant avaient de vrais métiers tels que des instituteurs, des professeurs de français, des ingénieurs. Des sans-abris qui sont bilingues, extrêmement cultivés, souvent bien plus cultivés que vous et moi", raconte-t-il humblement. Des rencontres qui lui donneront l'impulsion de créer sa propre boîte : "Ca m'a vraiment marqué! Je me suis dit qu'il fallait vraiment faire quelque chose. Ces gens-là ont l'envie et ils peuvent tout à fait travailler pour finalement se réintégrer. [...] Le travail étant un facteur d'intégration, je me suis dit que c'était aux entreprises déjà d'agir pour l'intégration des plus démunis".

Aider les femmes en situation extrême

Une décision réfléchie et solidaire pour "prendre le contrepied de l'industrie textile qui habituellement maltraite la condition humaine plutôt que de l'aider, l'intégrer et la rehausser". Le fondateur insiste également sur l'importance d'aider les femmes en situation précaire pour qui "l'extrême pauvreté et l'exclusion sociale sont plus difficiles". "Par exemple pour des femmes sans-abris, il y a des problèmes de sécurité qu'il n'y a pas forcément chez les hommes. [...] Porter des vêtements pour moi c'est porter des valeurs et transmettre des valeurs. Celles de ma marque SAINT-AIX c'est la solidarité, le partage et l'entraide". "L'achat d'un T-shirt solidaire SAINT-AIX aujourd'hui, ça représente le travail de neuf personnes en situation d'exclusion sociale. **Relaxnews**

Lien: https://www.ladepeche.fr/2020/09/23/en-achetant-ce-t-shirt-fabrique-en-france-vous-pouvez-aider-les-plus-demunis-a-retrouver-dutravail-9091622.php

Textile : le pari « made in France » de Fabien Burguière

Par Valerie Loctin - 26/09/2020



Savez-vous qu'en moyenne un tee-shirt parcourt 48 000 kilomètres avant d'arriver dans votre armoire? D'où l'idée de Fabien Burguière de proposer une alternative locale au circuit de fabrication, avec un t-shirt 100% bio et responsable, fabriqué en France.

En 2015, Fabien Burguière, 24 ans, tout juste sorti de l'école de management de la chambre de commerce et d'industrie de Rodez, réfléchit à un projet qui lui permettrait de répondre à son désir d'entreprendre tout en respectant les valeurs qui lui sont chères : l'écologie, la consommation éthique et la localisation du travail. Après des discussions enflammées avec son oncle Mathieu, l'idée commence à germer, car selon lui la mode reste à la traîne des nouveaux circuits de production écologique, avec une industrie textile qui représente le second secteur le plus polluant de la planète.

Un vrai défi industriel et environnemental

Le concept lumineux du jeune créateur surgit : concevoir un t-shirt le plus « propre » possible, c'est-à-dire conçu avec des matières naturelles responsables, par des entreprises locales et surtout un produit pensé pour durer dans le temps. En décembre 2015, une campagne de financement participatif est lancée dans l'objectif d'une prévente de 100 t-shirts en 1 mois. Les deux hommes en vendent 1 100. En novembre 2016, la sœur aînée de Fabien, Odile, rejoint l'aventure pour se charger de la clientèle et de l'administratif. L'aventure du <u>T-shirt Propre</u> est lancée.

Made in France avec du coton européen

Les t-shirts sont fabriqués en coton 100% bio cultivé et filé, dans la région de Thessalie, car le plus proche pays européen à fournir le coton bio de qualité, labellisé GOTS, c'est la Grèce. Toutes les créations pour hommes et femmes bénéficient du label Origine France Garantie (OFG), label référence du Made in France. Au final, 95% du prix du T-shirt Propre nourrit l'économie locale, puisque les t-shirts sont dessinés en Aveyron, le tricotage a lieu dans la Somme par un spécialiste qui a su résister aux délocalisations successives et a maintenu son activité depuis trois générations.

Même la teinture, certifiée label Oeko-Tex vient de Somme. La découpe et la confection sont faites dans le Tarn, au sein d'un atelier d'excellence avec un tissu dense et épais (210 gr/m2 contre 130 gr/m2 en moyenne). Les étiquettes en tissu sont réalisées en Haute-Loire et les emballages zéro déchet, proviennent de Haute-Garonne.

Un bel exemple de production relocalisée

Alors que 92% des Français souhaitent désormais la « relocalisation des entreprises industrielles » (sondage Odoxa-Comfluence, 13 avril 2020), Fabien et Odile Burguière ont quasiment réussi leur pari de proposer un t-shirt 100% made in France. Aujourd'hui l'ensemble des étapes de la transformation du t-shirt (tricotage, teinture, découpe, confection, étiquettes, emballage) a pu être relocalisé. Il ne manque donc plus que la culture de la matière première.

Le coton Bio ne poussant pas en France, les fondateurs explorent désormais la filière du lin. La France est le premier exportateur mondial de cette ressource. Le problème, c'est que la quasi-totalité du lin français est exporté en Chine pour être filé, ce qui est loin d'être écologique. Leur nouveau défi consiste donc désormais à relocaliser cette étape. Le T-shirt Propre mise sur le début de l'année 2021 pour que le premier t-shirt 100% français voit le jour.

Faire bouger les lignes

Si les deux jeunes créateurs sont restés ultra-actifs pendant la crise sanitaire, alors que leurs équipes étaient au chômage partiel, cette période difficile pour tous les a confortés dans leur démarche riche de sens : « La diffusion de la Covid-19 est une énième preuve des limites de notre système ultra mondialisé. Face à l'urgence, notre motivation n'a jamais été aussi forte pour faire bouger les lignes. Notre mode de consommation a un coût environnemental, économique, humain, et maintenant sanitaire.

On doit changer les choses si on ne veut pas que ce genre de catastrophe devienne notre quotidien. Il en relève de la responsabilité de chaque citoyen, de chaque entreprise, de chaque organisation de faire le nécessaire pour remettre du bon sens dans notre mode de vie » explique Fabien Burguière.

Derrière le succès, l'adhésion des consommateurs

Leur message semble avoir été entendu, car leur succès entrepreneurial a été

rendu possible par la totale adhésion des consommateurs aux valeurs du T-shirt

Propre, défendues depuis sa création : une économie plus locale, plus éthique,

plus respectueuse de l'environnement. Depuis 4 ans, la société double son chiffre

d'affaires chaque année, avec en 2019 un CA de presque 1M d'€. 40 000 t-shirts

ont été fabriqués en 2019, l'objectif pour 2020 est d'en vendre 60 000.

Et pour fêter le 4e anniversaire de leur entreprise, Fabien et Odile Burguière ont

décidé d'offrir une réduction de 10% à leurs clients sur leur site de vente en ligne.

Une belle idée d'achat et de consommation responsable pour s'équiper à la

rentrée!

V.L.

Lien: https://www.entreprendre.fr/le-t-shirt-propre-made-in-france-

fabien-burguiere/

Rodez : Gelphy, la nouvelle boutique de collanterie rue du Touat



Paulownia Lawson a lancé sa première boutique le 14 septembre dernier.

Publié le 26/09/2020 à 05:13, mis à jour le 28/09/2020 à 11:29

Depuis le 14 septembre, une nouvelle boutique a ouvert au 4 rue du touat. Gelphy est le nouveau repère des amatrices de collants. Le projet mûrissait dans la tête de Paulownia Lawson depuis la fin de ses études. Et une fois les fonds réunis, elle s'est lancée. La boutique aurait initialement dû ouvrir en avril... mais le Covid-19 est passé par là. "En étant confinés, on n'a pas pu faire les travaux. On ne les a donc faits qu'en août", explique-t-elle. Mais l'ouverture de la boutique ne tombe finalement pas si mal que ça : la saison des collants et des chaussettes chaudes commence maintenant.

Qualité et originalité

"À Rodez, il manquait une offre de produits made in France", analyse la jeune femme. Car telle est sa priorité : proposer des produits de qualité, fabriqués majoritairement en France, mais également en Allemagne.

"Mon souhait était de permettre aux Ruthénois d'acheter des articles Bleu Forêt, Falke, Garçon Français... sans passer par internet", confie Paulownia.

Chaussettes, collants, caleçons, et bientôt des gants et des bonnets... il y en a pour tous les styles, tous les âges, pour les femmes comme pour les hommes. L'automne arrive et les prochaines collections aussi. De quoi amener "de la nouveauté, de la couleur et de l'élégance", souligne la propriétaire.

Ouvert le lundi de 14 heures à 19 heures, et du mardi au samedi de 10 heures à 19 heures non-stop.

margot pougenq

Lien: https://www.ladepeche.fr/2020/09/26/gelphy-la-nouvelle-boutique-de-collanterie-rue-du-touat-9097470.php

Matelot : le pull marin par excellence de chez Saint James

Alors que les premiers frimas de l'automne, qui pointent leur bout de leur nez se font sentir depuis quelques jours, revenons sur un grand classique de l'habillement sport-chic : le fameux Matelot de Saint James qui demande un véritable savoir-faire (normand en l'occurrence), 23 kilomètres de fil et 18 étapes de fabrication !



Voici un incontournable du vestiaire masculin et féminin ; un grand classique qui réchauffe les petits et les grands de 7 à 77 ans depuis des générations. Le Matelot de Saint James (prononcez à la française pas à l'anglaise svp) est né de la mer ; de l'univers rugueux des pêcheurs de haute mer qui devaient se protéger de l'humidité et des vents toujours plus froids et plus puissants à mesure qu'on s'éloigne des côtes.

Ce qu'on appelle aujourd'hui « marinière » désigne à l'origine des chausses en tricot ; puis la vareuse et le maillot de corps rayé des marins. Précisons que les rayures apparaissent dans l'iconographie au XVIIème siècle et servaient à l'époque, selon la tradition, à mieux repérer les hommes tombés à la mer!

De Mlle Chanel (qui avait une boutique à Deauville) au Mime Marceau en

passant par Pablo Picasso, Jean Seberg (in À bout de souffle) ou Brigitte Bardot (in Le Mépris), on ne compte plus les stars qui ont porté marinières et pulls marins. Mais tout comme la Saharienne, c'est à Yves Saint-Laurent que l'on doit l'arrivée de ce vêtement dans la Haute-Couture. Plus récemment, on n'imagine pas Jean-Paul Gaultier sans sa marinière! L'un de ses vêtements fétiches.



Ce pull se porte près du corps (du « fit » avant que ce ne soit à la mode) pour conserver la chaleur du porteur! Il est reconnaissable entre tous avec sa maille serrée, ses quatre boutons sur l'épaule gauche, ses poignets ajustés (il ne faut pas que l'air passe) et sa base droite, tantôt uni, tantôt rayé, mais indémodable. Mais si vous n'en n'avez qu'un, il faut le prendre rayé et pure laine (modèles Binic ou Rochefort)!

Avec la démocratisation du casual-chic, ce vêtement très typé « bord de mer et week-end sur les côtes », n'est plus ridicule en ville. C'est même très élégant, associé à un jean ou un chino, autant sur les trottoirs de Paris que dans les ruelles d'Omotesando à Tokyo -d'une manière générale, les Japonais raffolent des rayures que l'on retrouve autant chez Uniqlo que chez Muji, en t-shirt, chaussettes, écharpes, bonnets, etc.

Élevé au rang d'art de vivre à la française, le pull Matelot né de la mer est devenu un symbole de la qualité Made in France, voire même de Made in Normandie! (ou Made in Bretagne avec Armorlux).

Pas un jour passé dans l'atelier sans que les Maîtres Tricoteurs ne soient animés par la passion du métier. Pulls, gilets, écharpes, cardigans, chacune des

pièces, sans exception, porte la marque d'un savoir-faire rare et d'un respect indéfectible pour la matière première.



Les bonnetiers ou maîtres tricoteurs sont chargés d'articuler les 75 métiers à tricoter fonctionnant en continu sur 15.000 m2 d'ateliers. Le bonnetier démarre le métier, l'alimente en fil et règle la fabrication selon le modèle à réaliser. Il vérifie la qualité durant tout le tricotage, récupère et contrôle le panneau à la sortie.

On dit des « maîtres tricoteurs » qu'ils ont la « main Saint James », la capacité de voir si la maille est conforme à la qualité recherchée. En quelques centièmes de seconde, 1.500 points de tricot sont réalisés. La durée de tricotage d'un panneau varie entre trois minutes et une heure trente en fonction du point employé, de la dimension et de la complexité du modèle.

Chaque mois, les bonnetiers veillent sur le tricotage de quelque 700.000 kilomètres de fil de laine. Le moindre défaut est signalé par une étiquette blanche et transmis à l'atelier de raccoutrage. Munies de leurs petits crochets et de leurs loupes éclairantes, les raccoutreuses ont l'œil à tout. Elles réalisent les finitions, traquent les imperfections, ce qu'aucune machine n'est capable de faire.

Montres-de-luxe.com | Publié le 30 Septembre 2020 | Lu 488 fois

Lien: https://www.montres-de-luxe.com/Matelot-le-pull-marin-par-excellence-de-chez-Saint-James_a16024.html



La RATP lance les chaussettes Serge le Lapin

Par Élodie C. le 01/10/2020 Temps de lecture 2 min.

Attention! Ne coincez pas ces chaussettes dans les portes du métro.

Après la <u>série de 30 objets collectors</u> lancée avec l'agence Weematch pour célébrer les 70 ans de la RATP, la boutique en ligne de la régie autonome des transports parisiens propose aujourd'hui de saillantes paires de chaussettes à l'effigie de sa mascotte iconique, Serge le Lapin.

Les fans du léporidé qui n'en finit pas de se faire pincer très fort pourront rehausser leur style avec ces chaussettes déclinées en 5 coloris — bleu, blanc, jaune, vert et rose — et 100 % made in France! Il y avait les <u>chaussettes rouges de François</u> <u>Fillon</u>, les <u>chaussettes rouge et jaune à petits pois</u> de Dorothée, il y aura maintenant les chaussettes Serge le Lapin x Label Chaussette pour illuminer vos trajets quotidiens, en métro ou en vélo.





« 100 % made in France, les chaussettes Serge le Lapin sont fabriquées dans le Limousin par Broussaud Textiles, une entreprise labellisée EPV (Entreprise du Patrimoine Vivant) et OFG (Origine France Garantie) », précise la RATP. Ajoutant, « Les matières premières utilisées sont quant à elles certifiées par le label OEKO-Tex Standard 100 garantissant l'absence de produits chimiques nocifs pour la santé. »

Comme on peut le voir sur les photos produit, ces chaussettes, comme le vestiaire proposé par la RATP s'adressent à une cible jeune et contemporaine, que d'aucuns décriraient même comme « hipster ».

Les chaussettes Serge le Lapin sont disponibles depuis le 30 septembre sur la <u>boutique en ligne de la RATP</u> au prix de 19 euros la paire, juste à côté du <u>fameux bob</u>, accessoire indispensable de vos pérégrinations hivernales ou estivales.







 $Lien: \underline{https://lareclame.fr/ratp-chaussettes-sergelelapin-239374}$

Achetez votre prêt-à-porter de créateurs made in France à Clermont-Ferrand

Publié le 01/10/2020 à 14h00



Pour Allures, Amélie a sélectionné uniquement des vêtements, bijoux et accessoires de créateurs, essentiellement lyonnais, qui privilégient l'artisanat et le made in France. © Renaud Baldassin

Allures est une nouvelle boutique de mode ouverte en juin rue Ernest-Renan, à Clermont-Ferrand. Avec un concept bien calibré. Du prêt-à-porter de créateurs, essentiellement Lyonnais, à prix abordables. Rencontre avec Amélie Pechon à l'origine du projet. Le concept est né d'un rêve. "Celui de monter un jour ma propre boutique".

Amélie Pechon est **Clermontoise. 39 ans**, sourire franc, un caractère affirmé et regard inquiet cherchant à jauger l'autre.

Elle avoue un "petit manque de confiance" en elle qui l'a plombée pendant ces années qu'elle passe à vendre pour d'autres dans plusieurs boutiques de Clermont-Ferrand.

Et puis, "avec le temps, avec mes clientes qui reviennent pour avoir mes conseils, qui m'expliquent combien je les aide", la quarantaine arrivant, "j'ai eu l'opportunité de me lancer je l'ai fait".

Elle travaillait à proximité d'Elsa Pidoux, qui après 17 ans, a fermé sa boutique physique (mais pas sa marque) rue Ernest-Renan, à Clermont-Ferrand. "

Le magasin est petit, c'est pile ce qu'il me fallait. Je ne voulais pas prendre trop de risques



A ce moment-là, dans sa tête tout est clair :

"La mode est ma passion. Je l'aime, je la suis. Et ma carrière dans le prêt-à-porter m'a montré qu'il fallait, commercialement, se singulariser, se différencier, proposer quelque chose que l'on ne voit pas à Clermont".

Dans sa boutique donc, uniquement des vêtements, bijoux et accessoires de créateurs.

Je vais les dénicher à Paris mais beaucoup à Lyon. Je souhaite mettre en avant des marques de proximité, montrer que des gens travaillent très bien pas loin de nous

Elle demande à chaque fois l'exclusivité pour Clermont, "je suis déjà sur un marché de niche. Alors il est important que l'on ne retrouve pas les collections que je propose ailleurs à Clermont".

Et elle ne sélectionne "que du made in France".

A découvrir donc, chez Allures, <u>Rose Carbone</u> et son créateur Franck Meunier. Une marque née en 2008 au cœur des pentes de la Croix-Rousse de **Lyon**. Dont le mot d'ordre colle parfaitement à l'époque : "une collection fabriquée en **France**, de manière **artisanale**" pour "revenir à des valeurs de consommation responsables et raisonnées".

Également de Lyon, <u>Gloria Balensi</u>. Du prêt-à-porter et des accessoires hyper identifiables avec son logo "bouche" notamment. **La créatrice lyonnaise** a une approche "pop urbaine de la féminité, avec l'artisanat au cœur de son projet. Elle collabore et confectionne ses collections essentiellement avec des façonniers situés dans la Région Rhône-Alpes" explique Amélie, qui a eu le coup de cœur pour son travail.



Une marque de créatrice lyonnaise très identifiable. Photo Renaud Baldassin

Parisienne cette fois, <u>Ginette Garde</u>, une jeune créatrice qui a relancé, en 2019, la marque de sa grand-mère tout en la remettant au goût du jour. Entièrement dessinée par Manon, "les vêtements sont faciles à mettre et réalisés avec des produits de qualité" commente Amélie.

Mais aussi <u>Raoul et Marcelle</u> : le rêve de Raoul étant de pouvoir imaginer des vêtements pour Marcelle, et vice-et-versa si on a tout compris de ces collections notamment de t-shirts et pulls ou sweat-shirts éco-responsables et méga stylés pour homme et femme !

Amélie a également sélectionné Mademoiselle Fanny ou les bijoux de Léa et Moi ou des Lyonnais de Mes Trois Etoiles. On vous laisse aller découvrir ces créateurs.

Côté porte-monnaie, "l'idée, c'est de ne pas être hors de prix. Une robe de créateur chez Rose Carbone par exemple est à 140 euros".

Et comme le coup de cœur est tout de même le moteur de l'acte d'achat chez Allures, Amélie a pensé à proposer **un incontournable** que l'on est certain de trouver pour pousser la porte au-delà de la découverte :

J'ai des jeans de toutes les tailles, de toutes les formes, pour toutes les morphologies, tous made in France, à 80 euros



Amélie retrouve un peu le sourire, "avec la crise sanitaire, cela a été compliqué. Pas tellement du côté de mes clients, j'ai très bien travaillé au printemps et cet

été, mais par contre les collections ont du retard et je n'avais pas tout reçu. Mais là, c'est bon, **cette semaine, tout rentre dans l'ordre**".

Cécile Bergougnoux

cecile.bergougnoux@centrefrance.com

Lien: https://www.lamontagne.fr/clermont-ferrand-63000/actualites/achetez-votre-pret-a-porter-de-createurs-made-in-france-a-clermont-ferrand-13845413/

PUBLIÉ LE 1 oct. 2020

De Bonne Facture, une marque qui a misé très tôt sur le local et le durable

De Bonne Facture fait partie des heureux élus de la promotion 2020/21 du programme IFM Labels aux côtés de Boramy Viguier, DA/DA, Uniforme et Kwaidan Editions. Dans ce cadre, la marque de prêt-à-porter masculin française bénéficiera d'un diagnostic global et de conseils pour se développer et affronter au mieux un contexte économique exceptionnel.



Déborah Neuberg, fondatrice et directrice artistique du label - Olivier Yoan

Fondé en 2013 par Déborah Neuberg, ce label a intégré plusieurs

incubateurs à différents stades de son développement. Aujourd'hui, sa participation au programme de l'IFM arrive à point nommé en cette période où les petites structures ont plus que jamais besoin de soutien.

Quand elle s'est lancée il y a sept ans, Déborah Neuberg faisait partie des ovnis au sein de l'incubateur HEC. " Le *made in France* pouvait être compris mais l'écoresponsabilité n'était pas vraiment d'actualité. Mon projet n'était pas perçu comme innovant ", indique la fondatrice et directrice artistique de la marque. Heureusement, son vestiaire masculin intemporel fabriqué en France a su séduire des acheteurs japonais, puis des Américains. Sa rencontre avec Marcel Lassance, réputé pour sa grande connaissance du secteur, l'a également confortée dans ses choix. Il a d'ailleurs acheté sa collection durant cinq ans quand il était acheteur pour la mode masculine au sein du concept-store Merci.



La marque inscrit ses produits dans un temps long, pour qu'ils durent. - DR

La griffe parisienne est distribuée par une trentaine de revendeurs

dans le monde (Japon, États-Unis, Grande-Bretagne, Corée du Sud, Hong Kong et Chine), dont seulement deux français. Son chiffre d'affaires oscille entre "500 000 euros et 1 million d'euros", selon les saisons d'après sa dirigeante.

La production de ses produits fait des écarts par l'Italie et le Portugal quand cette décision s'impose à elle, l'objectif étant de faire appel aux meilleurs artisans et fabricants. Au fil du temps, l'entreprise s'est étoffée et compte désormais cinq salariés mais Déborah Neuberg porte à elle seule la direction. Or elle ne serait pas contre trouver un(e) partenaire pour partager les responsabilités.

Pour elle, le Covid-19 a eu plusieurs effets. La baisse d'une commande importante de <u>Lane Crawford</u> que le grand magasin voulait annuler dès février. La réduction des autres commandes qu'elle a anticipée en contactant tous ses revendeurs. "Nous leur avons demandé s'ils souhaitaient diminuer leurs commandes. La plupart l'ont fait mais la baisse n'a pas été aussi importante qu'on ne le craignait. Cela nous a permis d'ajuster la production et de ne pas surstocker ", précise la jeune femme.



Transparente sur la fabrication et les matières, De Bonne Facture se veut aussi didactique. - DR

La crise sanitaire lui a également donné envie d'aller plus loin dans son engagement écoresponsable, dans une mode locale. Elle s'est penchée de plus près sur les laines de pays et sur les projets d'atelier de teinture dans l'Hexagone. Elle est allée voir des cultivateurs de lin français.

Un engagement, des valeurs qui trouvent un réel écho dans ce que l'on appelle déjà "le monde d'après " et sa quête de sens. En parallèle, elle a relevé un autre challenge: palier l'annulation des salons en essayant de retranscrire le plus fidèlement possible l'esprit De Bonne Facture à travers davantage de photos et de visuels pensés pour l'occasion. A bon entendeur.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés. © 2020 FashionNetwork.com

Lien: https://fr.fashionnetwork.com/news/De-bonne-facture-une-marque-qui-a-mise-tres-tot-sur-le-local-et-le-durable,1247395.html

Angers. Mode : Raphaël Ruiz veut démocratiser le sur-mesure

Le trentenaire angevin Raphaël Ruiz a créé la marque de vêtements – chemises et costumes pour commencer – made in France et sur-mesure Ruiz sur Mesure.



Angers, le 28 septembre. Raphaël Ruiz présente l'une de ses créations de chemise sur mesure. | CO – LAURENT COMBET

<u>Le Courrier de l'Ouest</u> François LACROIX Publié le 06/10/2020 à 11h09

Un tissu bleu royal du tisserand réputé Holland and Sherry, deux boutons, une fente dans le dos et une coupe classique : Raphaël Ruiz, 30 ans, a joué la sobriété pour la fabrication de son premier costume sur mesure. Il en est plutôt fier tant cette pièce mesure le chemin parcouru depuis ce stage de troisième effectué un peu par hasard dans une maison de couture de Cholet. Un stage comme un déclic même si Raphaël Ruiz a pris des chemins de traverse pour parvenir à ses fins. Des costumes plein la tête toutefois. Après son bac STG décroché au lycée Chevrollier, le jeune homme a multiplié les expériences commerciales dans des secteurs aussi divers que la culture, l'habitat et l'énergie. Tout en suivant des cours à l'Institut national des tailleurs de France. C'est quand il s'est cherché un costume que Raphaël Ruiz s'est véritablement décidé à se lancer dans le grand bain de la mode. J'ai une taille fine et des très longs bras, je ne trouvais rien qui m'allait, explique le jeune Angevin, boosté également par la fascination de son grand frère pour les costumes. Mais pas n'importe quel costume! Raphaël Ruiz mise à la fois sur le sur-mesure et sur le made in France. J'ai un objectif de démocratisation du sur-mesure mais aussi de sortir des sentiers battus, dit-il.

Le costume sur mesure à partir de 890 €

En collaboration avec l'Agence web « Agence Echo » située à Angers et un développeur-générateur 3D basé à Cholet, Raphaël Ruiz a créé un site internet Ecommerce ainsi qu'un module 3D exclusif à destination de sa clientèle. Devant son ordinateur, le client a le choix entre cinquante-six tissus dont le tissu antitache et anti-transpiration Induo, quatorze cols, dix-huit boutons ou encore onze fils de couture. Le plus vaste choix du marché, estime le jeune homme. Devant son ordinateur, le client a surtout la possibilité d'établir ses mensurations au cordeau via

un algorithme 3D et l'application Netelo. Les costumes et les chemises (hommes et femmes) sont fabriqués près de Limoges et Poitiers.

Ruiz sur Mesure propose la livraison gratuite et le paiement trois fois sans frais. Mais également des rendez-vous personnalisés. Installé chez la société collaborative WeForge, rue Lenepveu, Raphaël Ruiz ambitionne d'ouvrir une boutique dans le centre-ville d'Angers en 2021. Mais également d'étendre sa gamme de vêtements. Chez Ruiz sur Mesure, la chemise sur mesure pour hommes coûte entre 125 et 270 €, le costume à partir de 890 €.

Lien: https://www.ouest-france.fr/pays-de-la-loire/angers-49000/angers-mode-raphael-ruiz-veut-democratiser-le-sur-mesuredaaccc14-022b-11eb-80cd-829ef155848e

La nouvelle éco : après les masques les Lionnes du Bassin se lancent dans le prêt-àporter

Mercredi 7 octobre 2020 à 7:18 -Par <mark>Stéphane Hiscock, France Bleu Gironde</mark> Le Teich

Elles ont produit un million de masques au début de la crise sanitaire. Aujourd'hui elle veulent percer dans le prêt-à-porter. 30 couturières du Bassin d'Arcachon se sont lancées un nouveau défi. Sous la marque "Les lionnes du Bassin" elle planchent sur la création d'une ligne de jeans.



Les lionnes du Bassin au Teich © Radio France - Stéphane Hiscock

Les Lionnes du Bassin c'est une aventure humaine et industrielle complètement folle. Une histoire qui commence en avril dernier. Bordeaux Métropole lance un appel d'offre pour plusieurs centaines de milliers de masques. Libero Mazzone, chef d'entreprise du Teich, voit passer l'annonce et il se lance tête baissée dans l'aventure. Il achète plusieurs tonnes de tissus, de l'élastique, des machines à coudre. On lui prête le Parc des expos de la Teste-de-Buch et c'est parti. En trois jours il va recruter plusieurs centaines de couturières et la production de l'usine éphémère démarre instantanément.

En 50 jours les Lionnes du Bassin vont produire 1 million de masques et permettre aux habitants de la Gironde de se déconfiner. Au mois de juin, le contrat est rempli et les machines s'arrêtent mais les couturières pris dans l'élan veulent absolument prolonger l'aventure. Le patron Libero Mazzone

passe en revue ses troupes. Lui non plus ne veut pas laisser tomber ses lionnes. Et c'est là que germe l'idée d'une collection de prêt-à-porter.

Vendre les derniers masques pour financer la production des jeans

Les modèles sont prêts mais avant de pouvoir passer à la production il faut trouver quelques financements. Là encore c'est Libero Mazzone qui va débloquer la situation. Il lui restait **en stock 200.000 masques** et il a décidé d'en faire don aux couturières pour qu'elles financent leur projet. Problème, aujourd'hui le marché est saturé par les masques chinois. Le made in France ne se vend plus.

Les Lionnes du Bassin refusent de baisser les bras et elles lancent un appel aux distributeurs. Dans le viseur : les grandes surfaces du Bassin d'Arcachon et de l'agglomération bordelaises. "Achetez nos masques pour que nous puissions poursuivre l'aventure".

Lien: https://www.francebleu.fr/infos/economie-social/la-nouvelle-eco-apres-les-masques-les-lionnes-du-bassin-se-lancent-dans-le-pret-a-porter-1601907500

Bretagne: la plus petite usine française de pulls marins tricote une nouvelle maille de son histoire

Depuis 1986, Dominique et Isabelle Josselin confectionnent des pulls marins dans les Côtes d'Armor. C'est un couple de trentenaires en reconversion qui va poursuivre l'histoire de leur entreprise. Une transmission en douceur pour assurer la pérénité de la marque "Baie de Caps".

Publié le 09/10/2020 à 10h34 • Mis à jour le 09/10/2020 à 11h08



Baie des Caps, la plus petite usine de pulls marins français en cours de transmission • © N.Rossignol Côtes-d'Armor Ille-et-Vilaine Saint-Malo

« Monsieur Josselin était le patron, il est devenu salarié et moi, je suis patron mais je suis un apprenti ». Dans un sourire, Geoffroy de Pinieux décrit la situation peu banale que vit l'entreprise « Baie des Caps » depuis mai 2019. Mai 2019, une date qui marque pour les Josselin comme les Pinieux le début d'une nouvelle vie.

Rêver d'une entreprise à deux

Geoffroy et Lucie de Pinieux, trentenaires, habitaient Laval en Mayenne. Lui, travaillait dans le milieu du tourisme, elle, dans l'immobilier. Tous les deux rêvaient de créer ensemble une entreprise. C'est leur expert-comptable qui les a mis sur la piste de « Baie des Caps » qui était en vente. Une petite structure de quatre salariés à Ploubalay dans les Côtes d'Armor, spécialisée dans la fabrication sur place de pulls marins.

« C'est fou, on ne pensait pas que c'était possible de créer des pulls avec seulement quatre salariés. » raconte Lucie de Pinieux. « Ce qui nous a plu, c'est l'idée de participer à chaque étape de la fabrication, du choix des matières, au tricotage, à l'assemblage, les finitions jusqu'à la vente directe. Aujourd'hui, quelle entreprise a la chance de maîtriser toute la



Geoffroy et Lucie de Pinieux, nouveaux patrons de "Baie des Caps" • © N.Rossignol

Transmettre une vie de travail

Du côté de Dominique et Isabelle Josselin, l'heure de la retraite se rapprochant, l'idée de transmettre l'entreprise avait fait son chemin. Leur fils unique n'étant pas intéressé, alors à qui transmettre « le bébé » ? La commune s'étant portée acquéreur des bâtiments, restait alors à trouver un repreneur. « Baie des Caps aurait pu s'arrêter, on pouvait vendre le matériel, licencier le personnel... Nous avons eu plusieurs offres d'achat mais certains voulaient délocaliser la fabrication ailleurs en France, d'autres étaient impressionnés par les machines à tricoter. Ça ne s'improvise pas ces machines, c'est pas juste appuyer sur un bouton! »



Isabelle Josselin, une vie de savoir-faire à transmettre • © N.Rossignol

Jusqu'au jour où les deux couples se sont rencontrés. « Ils venaient du tourisme et de

l'immobilier, mais on s'est dit, s'ils veulent vraiment, ils vont y arriver. L'important c'est l'envie de faire les choses.»

Cette confiance immédiate s'explique. Dominique et Isabelle Josselin, avant de se lancer dans l'aventure du pull marin, avaient eu eux aussi une autre vie. Dominique était plombier-chauffagiste et avec Isabelle, comme Geoffroy et Lucie aujourd'hui, ils avaient l'envie de « quelque chose à nous et ensemble ». Deux couples, deux virages et désormais ensemble un seul objectif, faire perdurer « Baie des Caps ».



Dominique Josselin partage sa maîtrise des machines à tricoter • © N.Rossignol

Passer le relais

Depuis mai 2019, le jeune couple est donc officiellement aux manettes de l'entreprise de confection, mais les fondateurs sont toujours présents, **salariés pendant deux ans et demi.** Une transition en douceur, le temps de léguer tout leur savoir-faire, technique notamment.

Si Geoffroy et Lucie ont pu se former en terme de gestion d'entreprise, le métier de tricoteur n'est pas enseigné. « *Nous ne sommes pas du métier, nous avons tout à apprendre. La maille, c'est très particulier, c'est délicat.*» Et **l'apprentissage prend du temps**, peut être plus qu'ils ne l'avaient pensé, d'autant qu'il faut aussi gérer l'entreprise en même temps, ainsi que la boutique qui vient de déménager dans la rue principale de Beaussais-sur-mer.



Baie des caps, six salariés investis dans la fabrication • © N.Rossignol

On ne naît pas chef d'entreprise, on le devient. Et là, on la chance d'être accompagnés.

Lucie de Pinieux

La clé de cette transition : chacun à sa place

L'accompagnement, presque du compagnonage, se déroule de façon très bienveillante, même si ce n'est pas toujours facile de changer de rôle. La clé, c'est la répartition des rôles, justement. « Quand je dois prendre des décisions, je demande toujours conseil à Monsieur Josselin, mais il la respecte quelle qu'elle soit. » précise Geoffroy de Pinieux.

Même écho de l'ancien propriétaire « *On les laisse libres, ils font ce qu'ils veulent.* » Entre les deux couples, chacun semble respecter sa place. « *Le réseau Entreprendre, qui nous soutient, nous avait mis en garde. Dans ce genre de reprise, souvent ça ne fonctionne pas, en tous cas, pas plus de 6 mois!* ». Eux ont choisi de tout mettre en oeuvre pour faire mentir les mauvais présages.

Précurseurs du Made in France

L'atout essentiel de cette transition, c'est la vogue du *Made in France*. Quand les Josselin se sont lancés au milieu des années 80, l'industrie textile française était en crise, les délocalisations vers le Maghreb, la règle. A l'époque, convaincre les banquiers de leur

faire confiance avait été difficile.

Mais en réinvestissant les bénéfices au fil des ans, et sans compter leurs heures, depuis l'atelier à la maison, les années de vente sur les marchés jusqu'à l'usine de quatre salariés, la marque s'est faite un nom. La plus petite usine de pulls marins de France aussi. Les *Pulls Isabelle* ont laissé la place à la marque "*Baie des Caps*", vendue en direct et également à des professionnels. 10 à 12 000 pièces par an, 15 000 les très bonnes années.



Le Made in France, un véritable atout • © N.Rossignol

Le bouche à oreille

Un succès qu'explique la qualité produite. Lucie de Pinieux, lorsqu'elle tient la boutique, est encore étonnée et touchée des témoignages recueillis par les clients de passage. « *Il n'y a pas une journée où l'un d'eux ne nous raconte son histoire avec Baie des Caps.* »

Pendant que la jeune chef d'entreprise me parle, une femme est justement en train d'hésiter entre deux modèles. « J'en ai acheté deux pour ma fille et son mari. Là, c'est bientôt l'anniversaire de mon fils.» De passage à St-Jacut-de-la-mer, la cliente exhibe son téléphone portable « Dès que je viens ici en vacances, j'en achète pour offrir. Regardez cette photo, c'est ma fille et son mari avec les pulls. »

Il y a un sentiment de fierté de produire quelque chose de nos mains et de voir les acheteurs ravis. C'est une forte satisfaction personnelle.

Lucie de Pinieux



Baie des Caps, bientôt quatre décennies de pulls marins • © N.Rossignol

L'avenir de la plus petite usine de pulls marins de France

Ce bouche à oreille a contribué à faire connaître la marque. Mais à l'heure des réseaux sociaux, les jeunes repreneurs veulent faire plus, afin de développer la vente en ligne, en complément de la vente directe. Toute la famille a été mise à contribution, les parents et leurs trois jeunes enfants, y jouent le rôle de « mannequins » pour promouvoir les modèles. Des nouveaux coloris ont fait leur apparition, de nouvelles coupes aussi...

"Nous avons envie de donner un nouvel élan à l'entreprise, un coup de jeune à la marque."



La boutique d'usine du centre-ville de Beaussais-sur-Mer. • © Nathalie Rossignol - France Télévisions

"On sait qu'il y a un potentiel de développement important", commente Dominique Josselin. « **Un gros potentiel et une clientèle très fidèle.** » ajoute Lucie, consciente que le *Made in France* et la vente directe sont dans l'air du temps, alors que les Josselin,

véritables précurseurs, ramaient à l'origine à contre-courant.



Baie des Caps: des machines à tricoter difficiles à maîtriser • © N.Rossignol

Le quatuor devrait naviguer ensemble jusqu'en décembre 2021... « Il y aura un pincement au cœur sûrement, comme le jour de la mise en vente. Mais en même temps, on est content de laisser l'entreprise à des gens qui vont la faire perdurer. » Isabelle Josselin se voit bien se remettre au tricot, mais avec des aiguilles cette fois.... Les Pinieux, eux sont conscients de leur chance à poursuivre une belle aventure. « Ce sont des gens formidables, et nous avons un grand respect de tout ce qu'ils ont construit. »

Nathalie Rossignol

Lien: https://france3-regions.francetvinfo.fr/bretagne/ille-et-vilaine/saint-malo/bretagne-plus-petite-usine-francaise-pulls-marins-tricote-nouvelle-maille-son-histoire-1879782.html



Costume pour homme sur mesure - BellevilleCredit Photo - Belleville Le 12/10/2020par <u>Pascal Martinez-Maxima</u>

COSTUME BELLEVILLE: CULTIVEZ L'ALLURE AFFRANCHIE ET CANAILLE DU PARISIEN

Lancée par Gilles Attaf, découvrez Belleville, une nouvelle marque de costumes sur-mesure qui vise à maintenir des emplois en France. Populaire, élégant et séducteur, l'homme Belleville revendique une allure parisienne rend le costume facile à porter, résolument moderne et décontracté.

Sur les hauteurs de Paris, où se mêlent rues pavées et terrasses typiques, se trouve Belleville, un quartier emblématique de la capitale et de sa gouaille. Là, dans une atmosphère "tailleur", le père du créateur coupe, surjette et coud. Dans ce Belleville unique, au fil du temps, se sont rencontrés artistes, poètes, bohèmes, bourgeois et étrangers venus des quatre coins du monde. C'est aussi à ce mélange iconoclaste que Belleville souhaite rendre hommage. Autre réminiscence de la marque, ces temps jadis où tout spécialiste du complet offrait au client la promesse de passer un moment privilégié avec lui afin de le guider ou le conseiller. C'est ce que tend à vous faire revivre Belleville dans son magasin parisien en vous proposant ses costumes Made in France dans lesquels on vit aisément.

Composé de pièces intemporelles, Belleville, revisite l'image du costume sur-mesure en la modernisant. De plus, la marque s'engage pour le Made in France et fait fabriquer tous ses costumes par la dernière usine à détenir ce savoir-faire en France. Participer à sauver et créer des emplois, valoriser les savoir-faire locaux et être acteur engagé de l'industrie, font partie de l'essence même de Belleville. Autant que possible, les tissus des créations sont également français. Grâce à Belleville, vous pourrez vous offrir un costume sur-mesure, fabriqué en France, à la coupe impeccable et aux matières d'exception.

Lien: https://www.mensup.fr/mode-homme/costume-belleville-l-allure-affranchie-et-canaille-du-parisien-shopping-43995

Libr : le streetwear engagé 100% recyclé



LIBR

12/10/2020 - Mise à jour 03/11/2020

Chaque semaine, nous vous offrons la possibilité de remporter des cadeaux durables. Cette semaine, une personne pourra remporter un sweat LibR d'une valeur de 85€.

Fondée en septembre 2020 par Samantha Basset, <u>LIBR</u> est une toute jeune marque de **streetwear** 100% made in France et 100% recyclé. Aujourd'hui, la marque lance sa première collection de vêtements durables, éthiques et esthétique, <u>disponible en précommande sur Ulule</u>, jusqu'au 09 novembre. Deux produits de la future **collection permanente** sont proposés : un t-shirt et un sweatshirt.

Par la suite, les clients pourront retrouver ces produits ainsi que d'autres basiques dans la collection permanente, mais surtout des **pièces en série limitée** conçues en collaboration avec des artistes lors de collections capsules.

Engagée à titre personnel, il était tout d'abord important pour Samantha que ses vêtements soient **entièrement produits en France**. Ainsi, la fabrication du tissu est réalisée par une entreprise située dans la Somme (80). Le tissu est ensuite envoyé dans le Rhône (69) où est réalisée la conception même des vêtements. Enfin, les étiquettes de marque sont réalisées dans la Loire (42).

Toujours dans une démarche écoresponsable, LIBR a aussi fait le choix de n'utiliser que des **matières recyclées** pour la conception de ses t-shirts et de ses sweatshirts. Le tissu est composé de coton recyclé, issu de chutes de tissus industriels et de

polyester recyclé, issu de bouteilles en plastiques recyclées. Par exemple, un t-shirt est composé de 45% de coton recyclé et de 55% de polyester recyclé, soit l'équivalent de quatre bouteilles plastiques recyclées!

Lien: https://www.linfodurable.fr/technomedias/libr-le-streetwear-engage-100-recycle-20779

La marque 100% digitale de prêt-à-porter Thelma Rose sera présente en conceptstores

PAR AGNÈS FARRUGIA Mis à jour le 15/10/2020 à 11:36 Publié le 15/10/2020 à 10:36



Sidonie Dumoulin, cofondatrice de Thelma Rose, avait présenté ses créations à La Parenthèse (tiers lieu rue du Congrès à Nice) au mois de septembre. A.F.

On pourrait penser qu'il s'agit d'une marche arrière, qu'une marque digitale ne peut fonctionner seule. Sidonie Dumoulin, cofondatrice de la marque de prêt-àporter féminin 100% digitale, assure qu'il n'en rien. Que le passage en concept-store est éphémère et nécessaire.

Sidonie Dumoulin, cofondatrice de la marque de prêt-à-porter 100% digitale créée il y a plus d'un an (entre Paris et Nice), présentera ses collections dans 2 concept-stores azuréens: L' Atelier français situé à Vence et l'espace Capsule de Cap 3000 à Saint-Laurent-du-Var.

Une marque digitale qui s'installe en boutique, n'est-ce pas antinomique? "Pas du tout, répond Sidonie Dumoulin, il s'agit de concept-stores, de passages éphémères qui permettent de présenter à notre clientèle le concept de marque digitale mais aussi qui offre la possibilité de toucher du doigt la qualité de nos vêtements, que les femmes pourront ensuite retrouver en ligne."

Parce que le but de la digitalisation est à de proposer un prix de vente attractif, épuré de tout intermédiaire.

Ecoresponsable et intemporelle, la marque surfe sur le slow fashion, des lignes minimalistes avec un maximum de douceur, découpées dans des matières certifiées Oeko-tex, sourcées chez des tricoteurs haut de gamme en France et en Italie.

Du 100% made in France, 100% pour le confort des femmes.

Plus d'infos sur Thelma-rose.com

Lien: https://www.nicematin.com/economie/la-marque-100-digitale-de-pret-a-porter-thelma-rose-sera-presente-en-concept-stores-587882

Découvrez Fenyx, une marque de vêtements recyclés fabriqués entre Nancy et Metz

Benjamin Martinez a fondé la marque Fenyx, dont la ligne directrice est la fabrication de vêtements à partir de tissus recyclés. Ils sont conçus entre Nancy et Metz.



Benjamin Martinez est le fondateur de la marque Fenyx, qui produit des vêtements en tissus recyclés pensés à Metz (Moselle) et fabriqués à Nancy (Meurthe-et-Moselle). (©Antony Speciale/Lorraine Actu)

Par Antony Speciale Publié le 24 Oct 20 à 16:01

Émissions de CO₂, consommation d'eau... L'industrie de la mode est depuis plusieurs années pointée du doigt en matière de pollution mondiale.

Face à ce phénomène, Benjamin Martinez a décidé de fonder la marque Fenyx : elle se compose de polos fabriqués en tissus recyclés, pensés et conçus à la fois à **Metz (Moselle)** et à **Nancy (Meurthe-et-Moselle)**.

« C'est compliqué de trouver des marques qui ont cet engagement du début à la fin »

Le fondateur de Fenyx revient pour *Lorraine Actu* sur l'origine de la démarche.

L'idée principale, c'est de pouvoir trouver une alternative plus propre à la consommation actuelle en termes de fast-fashion. J'essaie d'acheter des vêtements plus propres avec une démarche plus éthique et responsable. **Benjamin Martinez**Fondateur de la marque Fenyx

Benjamin Martinez affirme que « c'est compliqué de trouver des marques qui ont cet engagement du début à la fin ». Exemple : « On trouve des

marques locales avec certaines démarches mais avec une fabrication lointaine ».

Donner une seconde vie à la matière et aux personnes

Le créateur de la marque explique que le nom Fenyx rappelle « l'idée de donner une seconde vie à la matière et la revaloriser ».

Il ne s'agit pas que de la revalorisation du vêtement : « On veut pouvoir donner une chance aux personnes qui ont eu des parcours de vie un peu difficiles ou qui ont été éloignées du travail ».

Ainsi, « on fabrique à Nancy dans un atelier de réinsertion sociale : les personnes bénéficient d'un accompagnement professionnel et social », assure Benjamin Martinez. « Les broderies sont faites à Metz dans un ESAT avec des personnes en situation de handicap », complète-t-il.

Et ce n'est pas tout : « Si le vêtement est abîmé, il réintègre la chaîne de production et il revient comme neuf, toujours avec de la matière recyclée », certifie Benjamin Martinez.

De la matière première à la fabrication : du 100 % made in France

Si l'essentiel de l'activité se trouve en Lorraine, il faut toutefois revenir à la base des produits : la matière première. « Elle vient de **Roanne**, dans la Loire : elle est certifiée origine France garantie et elle est composée d'éléments recyclés », poursuit le fondateur de Fenyx.

La matière parcourt donc **moins de 500 km** depuis la Loire jusqu'à Nancy pour l'étape de conception.

Certains « déchets » recyclables peuvent servir à la conception des vêtements, notamment de la pulpe de bois et des bouteilles en plastique. Un polo nécessite l'équivalent de sept bouteilles en plastique ainsi que de 80 grammes de fibres végétales. Sa fabrication consomme moins d'un litre d'eau par pièce.

Un financement participatif pour se les procurer

Une campagne de financement participatif a été lancée <u>sur la plateforme</u>
<u>Ulule</u> pour permettre aux premiers contributeurs de bénéficier de réductions en contrepartie.

Ainsi, pour **62 euros** d'investissement, le participant va pouvoir obtenir un polo à **manches courtes bleu**. Pour **69 euros**, le polo à **manches courtes blanc** et celui à **manches longues rouge** seront disponibles. Il faudra

compter **78 euros** pour celui à **manches longues blanc**. Des packs sont également disponibles.

La campagne doit s'arrêter le 24 décembre et la boutique en ligne doit ouvrir pour janvier 2021. Les contributeurs d'Ulule recevront un **code de réduction**.

Lien: https://actu.fr/societe/decouvrez-fenyx-une-marque-de-vetements-recycles-fabriques-entre-nancy-et-metz 37017799.html

LISA CHAVY, LA GIRLBOSS QUI BOUSCULE LES CODES DE LA LINGERIE FRANÇAISE

Publié le 29 octobre 2020 à 2:10

Longtemps styliste du groupe Etam, l'entrepreneure a lancé il y a quelques années sa propre marque, Livy, et vient d'ouvrir une boutique-atelier à Paris, sorte de labo expérimental pour relancer la "haute lingerie" made in France. Rencontre avec une passionnée.



© Dresscode

Ouvrir une boutique sur quelque 300 mètres carrés, en plein Saint-Germain-des-Prés et au milieu d'une pandémie, il fallait oser. "J'ai voulu voir cette période de crise comme une période d'opportunité, raconte Lisa Chavy, styliste et CEO de Livy (de la contraction de ses nom et prénom). L'idée m'est venue pendant le confinement, alors qu'on a lancé une production de masques pour participer à l'effort national. On a beaucoup réfléchi à ce qu'on voulait pour la suite, pour "le monde d'après", et j'ai eu envie qu'on rapproche création et production." Preuve que Livy a convaincu dans le monde de la lingerie, lorsque la levée de fonds s'organise, deux investisseurs privés répondent avec enthousiasme à l'appel malgré la situation économique et sanitaire du pays. Le lieu est rapidement déniché, les propriétaires étant ravis de trouver locataire dans une année où les fermetures de boutiques sont plus courantes que les ouvertures. En quatre mois à peine, les travaux sont faits, et le lancement prévu pour début octobre. Le concept? Une gamme "haute lingerie", faite sur place, dans un atelier situé au dessus de la boutique et totalement ouvert au public.

"Culturellement, la lingerie, c'est parisien, raconte la passionnée, diplômée de l'Esmod. Si l'on veut favoriser la relocalisation, ça passe aussi par la sensibilisation des consommatrices." Et quoi de mieux pour cela que de permettre aux clientes de voir leur ensemble en train d'être travaillé, rendant ainsi compte du temps (et donc du coût) nécessaire à la confection locale? Avec ce point de production, la marque souhaite envisager le retour au Made in France – "D'abord sur des petites séries puis à plus grande

échelle"-, proposer du sur-mesure et du semi-mesure; en offrant la possibilité d'ajuster les tailles de certains modèles, mais également en étant à la pointe côté technique. "Je ne voulais pas qu'on se cantonne au savoir-faire traditionnel, mais qu'on soit aussi force d'innovation pour le monde de la lingerie, développe Lisa Chavy. On a par exemple fait venir une machine d'Italie qui permet de thermocoller et de faire des coutures invisibles et donc très confort sur certains modèles."

"Etre créative, c'est aussi faire preuve d'imagination pour gérer les stocks."

À peine un mois après l'inauguration de la boutique -avec un défilé pendant la Fashion Week parisienne, rien que ça- les résultats sont là. Les ventes sont au-delà du business plan, et quatre personnes (vendeuses et couturières) ont été embauchées en CDI. Lisa Chavy envisage déjà la suite: une boutique londonienne, qui doit ouvrir ses portes le 1er décembre prochain.

Il faut dire qu'à presque 40 ans, Lisa Chavy n'en est plus à son coup d'essai. Après des études de stylisme à <u>l'Esmod</u>, elle fait ses gammes auprès de la responsable du style pour la lingerie des grands noms français (Dior et Christian Lacroix, entre autres). Elle est ensuite recrutée par le groupe Etam pour lancer Undiz, une marque entrée de gamme destinée aux toutes jeunes femmes. "Ça a été très formateur. On m'a donné beaucoup de confiance et de moyens pour développer cette marque, j'ai énormément appris", se souvient Lisa Chavy. Après cinq ans à la direction artistique d'Undiz, elle se lance dans l'entrepreneuriat. Elle est soutenue financièrement par le groupe Etam et par <u>Dan Arrouas</u>, investisseur du monde de la mode qui a notamment participé à la fondation de Ba&sh et de la Bouche rouge. Un premier point de vente Livy ouvre en 2017, et trois ans plus tard, la marque est présente sur les très réputées Fifth Avenue, à New York, et Oxford Street, à Londres. "J'ai appris à apprécier avoir plusieurs casquettes à la fois, assure la CEO. Avant, j'étais plus branchée création, évidemment. Mais avec le temps, le côté business me plaît de plus en plus. Je pense que peut importe ce que l'on fait, être créatif-ve aide beaucoup: pour gérer les stocks, innover, communiquer..."

Mais l'important, assure-t-elle, c'est de toujours trouver du sens à ce que l'on fait. "En tant que fondatrice d'une marque de lingerie, j'ai à cœur de permettre à chaque femme de se sentir bien dans sa peau", commente Lisa Chavy. Sa rencontre avec <u>Laetitia Mendes</u> (Ndlr: première femme française à avoir subi une masectomie préventive car porteuse d'un gène lui donnant 80% de chance de développer un cancer du sein) il y a quelques années la pousse à s'engager d'autant plus. À l'époque, Laetitia Mendes estime que "Livy, ce n'est pas pour elle": trop sexy, trop osée. Mais la créatrice lui prouve le contraire, et désormais, à l'Atelier Livy, les clientes peuvent faire adapter

certains modèles de la marque. "J'y pense quand je dessine mes modèles, je travaille beaucoup les dos. Car la lingerie, c'est avant tout un accessoire de mode. C'est peut-être paradoxal, mais je trouve génial <u>le mouvement no bra</u>. J'envisage davantage mes créations comme des bijoux que l'on porte si on a envie de les porter." Toute une philosophie.

Noémie Leclercq

Lien: https://cheekmagazine.fr/mode/lisa-chavy-livy-lingerie-made-in-france/