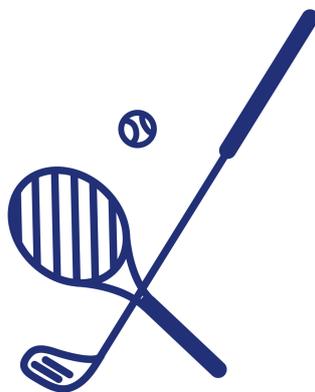


# Revue de Presse Made in France

Contact : [info@semioconsult.com](mailto:info@semioconsult.com)

## ÉQUIPEMENTS SPORTIFS

*Juillet 2021 - Septembre 2021*



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](http://www.semioconsult.com)

## Montagne : Skiset intègre Skimium et affirme sa position de leader européen

Le numéro 1 français de la location d'équipements de ski, le groupe Skiset et sa holding la Compagnie des loueurs de ski, qui exploite les enseignes Skiset, Netski et GO sport montagne, ont fait l'acquisition de Ski break, propriétaire de la marque Skimium. Cette enseigne compte 230 magasins indépendants affiliés en France et une centaine en Europe. L'ensemble ainsi constitué compte désormais 1300 magasins dans le monde, dont 700 situés dans les stations françaises. Il détient 50 % du marché en France et s'affirme comme le numéro 1 en Europe.

Dans un communiqué les dirigeants de Ski set précisent : « Dans la période très difficile que l'univers du ski traverse depuis 18 mois, ce rapprochement garantira aux adhérents du nouveau groupe un avenir plus solide. Créés par des exploitants indépendants de magasins de sport en montagne, les deux groupements dont l'activité économique repose sur les flux touristiques et le remplissage des stations de ski, ont une vision commune de leur marché. » Chaque enseigne conservera ses outils marketing et les accords commerciaux qui lui sont propres. La mutualisation des compétences des équipes devrait permettre d'aborder au mieux cette période post covid.

## Ces PME françaises qui misent sur la vente via Amazon

De plus en plus de PME prennent le virage du numérique. La crise du Covid-19 a été un accélérateur de la vente en ligne. Plusieurs milliers d'entrepreneurs ont sauté le pas en 2020, en choisissant de rejoindre la place de marché du site français d'Amazon et ses 30 millions de visiteurs uniques par mois. « Les PME qui vendent sur Amazon ont créé plus de 25 000 emplois en France en lien avec leur activité sur le site », affirme Frédéric Duval, directeur général d'Amazon France. C'est beaucoup plus que les 14 500 salariés en CDI que le géant du commerce en ligne emploie dans ses sept entrepôts

logistiques et ses 30 centres de tri et de livraison dans l'Hexagone. Près de six articles sur 10 achetés sur Amazon France sont vendus par des vendeurs tiers. Les 13 000 PME françaises présentes sur la Marketplace ne représentent qu'une petite partie des ventes du site.

« La France est très en retard sur ses voisins européens. Il y a près de cinq fois plus de petites entreprises allemandes sur le site d'Amazon en Allemagne. Elles exportent 2,1 milliards d'euros de marchandises, contre 400 millions d'euros pour les PME françaises sur Amazon.fr », constate Frédéric Duval.

## Hugues Brunault a créé un système de transmission pour BMX



### Entreprise, Caissargues

Publié le 24/07/2021 à 05:07 , mis à jour à 05:11

Dimanche 18 juillet, Rafael Thoret a remporté, dans la catégorie pupille (9-10 ans), l'épreuve de BMX du trophée de France qui s'est déroulée à Avensan, dans le département de la Gironde. Le jeune pilote était équipé d'une transmission (chaîne, couronne, pignon) conçue et réalisée par le Caissarguais Hugues Brunault, au sein d'AllYoogs.

### Un kit chaîne SPCK fabriqué en France

"C'est une marque que nous avons déposée, il y a un an et demi. Le système de transmission, extrêmement léger, que nous avons créé l'année dernière, s'adresse, pour le moment, aux jeunes pilotes de 4 à 13 ans. Il peut équiper les BMX race jusqu'à la taille expert, pour un poids limite de 50 kg. Le rétrécissement du pas de la chaîne permet, à développement égal, de diminuer la longueur totale de la chaîne, le diamètre de la couronne et du pignon. Ce kit permet un gain de poids allant de 100 g à 340 g par rapport à une transmission classique. Nous l'avons testé avec différents raiders (pilotes)", déclare Hugues Brunault.

Le kit chaîne SPCK (small pitch chain for kids) est conçu, développé, et fabriqué en France.

"Il est actuellement à la vente. C'est le plus léger du marché avec seulement 140 g/m. Nous sommes en train de développer d'autres produits, pour le monde du BMX race, et nous mettons en place un réseau de distributeurs", ajoute Hugues Brunault qui habite depuis six ans à Caissargues, avec son épouse et associée Lætitia. "Nous nous complétons, j'assure la partie technique, et elle s'occupe du domaine administratif et de la communication", précise-t-il.

Ingénieur de formation, Hugues Brunault a plus de vingt ans d'expérience dans le monde du deux-roues, et il a également effectué un passage chez les quatre roues, notamment dans le championnat du monde des rallyes (WRC).

---

Contacts : 09 81 78 13 10, [contact@allyoogs.com](mailto:contact@allyoogs.com).

Correspondant Midi Libre : [famillesalze@orange.fr](mailto:famillesalze@orange.fr)

# JetCycle, le pédalo « made in France » qui vole au-dessus des lacs

La start-up JetCycle, basée à Annecy (Haute-Savoie), lance la commercialisation en septembre du premier pédalo volant grâce à l'énergie musculaire et à ses hydrofoils.

Le pédalo peut atteindre une vitesse de croisière de 12 km/h. (Louis Nauche)

Par **Gabrielle Serraz**

Publié le 15 juil. 2021 à 11:37 | Mis à jour le 15 juil. 2021 à 11:38

Développé à l'IUT d'Annecy, le JetCycle, un pédalo volant 20 à 30 cm au-dessus de l'eau grâce à l'énergie musculaire, sera commercialisé en septembre. En attendant, des prototypes sont en démonstration sur le lac d'Annecy et le 22 juillet à la base nautique Canoé Paddle à Lyon.

Ce croisement entre la voile et le vélo se veut une nouvelle branche fitness qui affiche zéro émission de CO2. Baptisée JetCycle Max, cette embarcation a emprunté ses foils (ailes marines)

aux voiliers de compétition. Elle allie performance, endurance et plaisir des sports de glisse. Elle aura même sa première compétition, la « Foil Cycling Experience », les 11 et 12 septembre à Annecy.

---

## L'Espérance III mise à l'eau sur le lac d'Annecy

---

le JetCycle Max est constitué d'une coque au design original, d'une hélice à pas variable automatique optimisée pour la propulsion humaine, et de deux foils sous sa coque. Ce sont eux qui permettent à l'embarcation de s'élever quand le pilote pédale pour atteindre la vitesse de croisière de 12 km/h.

## **Objectif, 100 JetCycles vendus dans les trois ans**

Le JetCycle a été imaginé et développé à partir de 2013 par deux enseignants chercheurs en Génie Mécanique et Productique, Pascale Balland et

Christophe Déprès. Ces derniers ont officiellement créé la société en octobre 2020, aux côtés de Nicolas Picard, qui a pris la tête de la start-up.

Une fois les premières commandes engrangées, Nicolas Picard espère vendre dans les 3 ans, 100 JetCycles. « Tout est fait en France » se félicite le président de la start-up qui emploie 5 personnes à Annecy. Les foils sont fabriqués en Bretagne, la coque dans l'Allier et l'ensemble des pièces mécaniques dans la vallée de l'Arve en Haute-Savoie.

Vendu 12.000 euros l'unité, le JetCycle s'adresse aux professionnels de la location. Il peut même s'acquérir en leasing grâce au contrat signé avec la société Silog. Nicolas Picard veut faire la preuve que « la réussite commerciale est au rendez-vous » pour lancer ses premières levées de fonds, de 1 puis 10 millions d'euros, et ainsi se développer à l'international.

## ***Sous contrat avec PUMA, le Nîmes Olympique vient de présenter ses nouveaux maillots pour la saison 2021-2022 de Ligue 2.***

Pour cette nouvelle année ensemble, PUMA et le Nîmes Olympique ont choisi de mettre les traditions et le football au cœur de la campagne. Après de nombreux mois sans supporters, cette saison sera marquée par le retour des supporters au stade et des émotions partagées. Les nouveaux maillots du Nîmes Olympique symbolisent l'ancrage territorial qui est cher à PUMA et au club. Du design jusqu'à leur production, ils mettent à l'honneur la culture identitaire nîmoise et la fabrication française.

## **LES MAILLOTS DU NÎMES OLYMPIQUE 2021-2022**

Symbole emblématique de la ville de Nîmes les arches des arènes sont l'élément fort du design des trois maillots. Affichées dans les bandes du maillot et complétées par l'inscription "NEMAVSVS", les nouveaux maillots sont empreints de l'identité nîmoise. Dans le respect des couleurs traditionnelles du Nîmes Olympiques, le maillot domicile garde sa base rouge, le maillot extérieur reprend son coloris noir et le troisième maillot se distingue par sa base blanche.



Pour révéler les maillots, PUMA a souhaité mettre le Stade des Costières au cœur du lancement. Dans une vidéo tournée à partir du soleil couchant, les joueurs du Nîmes

Olympique se préparent dans les vestiaires et se tiennent prêts à rentrer sur le terrain. A la tombée de la nuit, ils sortent du tunnel, entrent sur le terrain et dévoilent les nouveaux maillots du club nîmois. Avec l'éclairage du stade et un jeu de lumière, les créatures nocturnes prennent place et se tiennent prêts pour cette nouvelle saison.

## LE MAILLOT DOMICILE DU NÎMES OLYMPIQUE 2021-2022

Le maillot domicile du Nîmes Olympique pour la saison 2021-2022 arbore une base rouge parcourue par des bandes à l'intérieur desquelles figurent les arches des arènes. On retrouve également une teinte de rouge plus foncée sur le col et le bout des manches. Pour assurer une haute qualité ainsi qu'un confort, PUMA propose des maillots meshé dans le dos pour améliorer la respirabilité de la tenue. Une matière plus légère est également à l'avant pour faciliter les déplacements ainsi que les mouvements des joueurs lors des matchs.



Le maillot du Nîmes Olympique domicile 2021-2022



## LE MAILLOT EXTÉRIEUR DU NÎMES OLYMPIQUE 2021-2022

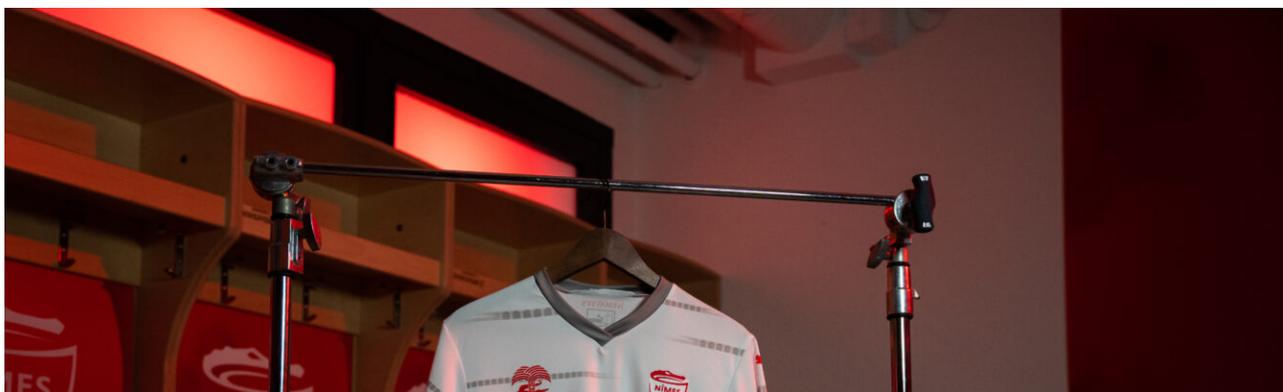
Basé sur le même template, le maillot extérieur 2021-2022 du Nîmes Olympique arbore une base noire complétée par des détails rouges et les logos en blanc.

## Le maillot du Nîmes Olympique extérieur 2021-2022



## LE MAILLOT THIRD DU NÎMES OLYMPIQUE 2021-2022

Le maillot third se base également sur le même template que les maillots domicile et extérieur. On y retrouve une base blanche avec des détails gris et les logos en rouge.



## Le maillot du Nîmes Olympique third 2021-2022



## DU POLYESTER RECYCLÉ SUR LES MAILLOTS PUMA

Pour la saison 2021-2022, PUMA a développé des maillots fabriqués en France en fibre de polyester recyclé. Ces produits seront identifiés grâce à un badge "100 % Made in France / 100% polyester recyclé" placé en bas du maillot.



La marque a fait évoluer en profondeur son fonctionnement afin de proposer des produits plus écologiques dans leur conception et dans le choix des matériaux.

Cette transformation de la chaîne de production s'inscrit dans le plan « 10 targets for 2025 » mené par PUMA International. Les engagements de la marque vont au-delà de l'aspect écologique, il s'agit d'un engagement éthique global. De profondes transformations ont été réalisées pour atteindre l'ensemble de ces objectifs tout en garantissant une qualité technologique hautement performante des produits à destination des sportifs. PUMA est fier de mettre en avant le savoir-faire français au haut niveau du football avec de nouveaux maillots en polyester recyclés. En association avec des ateliers français, PUMA et le Nîmes Olympique ont décidé de mettre en avant des maillots respectueux de l'environnement.

Une entreprise française a été choisie pour équiper les sols des salles de volley, de handball et de basket aux JO de Tokyo. C'est un fabricant de revêtements de sols souples du Rhône.

L'entreprise du Rhône, Gerflor, marque son territoire. Elle rayonnera de Tarare, où sont fabriqués ses sols souples en PVC, aux Jeux olympiques de Tokyo. Les différentes couches sont ensuite assemblées en usine. Les JO, une vitrine mondiale pour l'entreprise, qui équipe déjà 30% des gymnases scolaires en Europe. Chaque jour, des milliers de mètres carrés sortent de l'usine après avoir été contrôlés par l'œil aiguisé de Fabrice Testa. *"C'est une fierté. Ça prouve qu'on fait du bon boulot"*, se réjouit le contrôleur qualité qui traque le moindre défaut depuis plus de dix ans.

## Des sols réutilisables

Pour séduire les fédérations sportives, Gerflor mise aussi sur l'écoresponsabilité avec un argument de poids : des sols portables et réutilisables. *"La durée de vie et l'aspect développement durable sont très importants pour le monde du volley"*, déclare Finn Taylor, président de Volleyball World. À Tokyo, Gerflor va déployer son savoir-faire sur plus de 18 000 m<sup>2</sup>.

## Loire/Rhône

# Ligériens et Lyonnais s'unissent pour créer un vélo pour personnes handicapées

Ce serait une première en France. Grâce à une collaboration entre l'Ecam de Lyon et l'association Killian, du Gier, un vélo-side électrique pour personne handicapée ou à mobilité réduite va pouvoir voir le jour d'ici à quelques mois.

Par De notre correspondante Kathy MATTALIANO - 15 août 2021 à 18:00 | mis à jour le 16 août 2021 à 08:04 - Temps de lecture : 2 min



Killian avait un vélo adapté mais devenu obsolète. Photo Progrès /fournit par Olivier Cressens

« Depuis plusieurs années, nous n'arrivons plus à faire réparer le vélo de Killian et du coup, il ne pouvait plus l'utiliser. » Olivier Cressens, le papa du jeune homme, rentre donc en contact avec les étudiants de l'Ecamm Lyon, qui acceptent de mener une étude de faisabilité d'un side pour vélo.

C'est dans le cadre du projet Léonard, destiné à booster la créativité des élèves ingénieurs mais aussi à développer leurs compétences entrepreneuriales dans leur formation d'ingénieurs, que les jeunes ont pu plancher sur ce projet.

## ***Cela tombe à pic pour le papa de Killian***

Ainsi, une dizaine d'élèves se sont engagés auprès de l'association pour développer un prototype de vélo de type « side-car » électrique afin de permettre aux personnes en situation de handicap de se balader plus facilement.

À l'issue du travail mené par les élèves, l'association a reçu un dossier complet lui permettant de le fabriquer, en se tournant vers un industriel.

« Le produit est pensé par ces jeunes. Ils m'ont fourni tous les plans, les études de contraintes... », précise Olivier Cressens.

Les membres de l'association ont informé l'équipe étudiante que leur projet allait bien devenir une réalité. Grâce à une subvention, les phases de prototypage vont pouvoir démarrer, probablement au dernier trimestre 2021.

## **Un tel produit n'existe pas encore en France**

« Nous sommes actuellement en recherche de financement pour développer un prototype qui puisse convenir à la fois pour la promenade de personnes à mobilité réduite mais également pour les personnes âgées », raconte Olivier Cressens.

En contact avec des entreprises de la Loire pour passer au développement du side, Olivier Cressens a su convaincre la Caisse d'épargne, qui investit 8 000 euros dans le projet « Cela représente les trois quarts du budget. Il faut désormais qu'on trouve un vélo français pour avoir un produit 100 % made in France. »

La création du prototype devrait avoir lieu cet automne « Ensuite, début 2022, nous aurons une phase d'essai avec des centres pour personnes handicapées afin de vérifier tout ce qui pourrait défaillir pour lancer ensuite la fabrication, conclut Olivier Cressens. Le but n'est pas mercantile mais de proposer un produit qui facilite la vie. »

# National 2. Un maillot 100% recyclable pour l'US Granville

By **Jérôme Bouchacourt** - 17 août 2021

*Les maillots Puma de l'US Granville sont 100% recyclables. (Photo US Granville)*



**SE SportEasy**  
★★★★★ 4.7 (30.000 notes)

Découvrez SportEasy, l'appli n°1 pour gérer votre équipe ou votre club de football amateur comme un pro.

[Découvrir gratuitement](#)

**Cette saison, l'US Granville arbore un maillot 100% recyclable et fabriqué en France par son équipementier Puma.**

Les clubs sont de plus en plus nombreux à mettre en place des actions écologiques. C'est le cas de l'US Granville dont les maillots de l'équipe fanion, qui évoluent en [National 2](#), est désormais 100% recyclable et fabriqué en France. « **On voulait innover, être différent avec un maillot recyclé**, explique Laurent Boulouard, le directeur du club de la Manche. **On est sous contrat avec Puma et la marque a développé cette gamme qui respecte la Planète.** »

Une gamme qui a été mise en place en partenariat avec le programme [First Mile](#). « **Il s'agit d'une collection ancrée dans l'impact social et le lien humain, qui rassemble les gens autour d'une décision permettant d'améliorer les choses**, indique la marque sur [son site internet](#). **First Mile est un réseau axé sur les personnes qui renforce les micro-économies en Haïti, au Honduras et à Taïwan en collectant des bouteilles en plastique afin de créer des emplois durables et réduire les déchets environnementaux. Chaque bouteille est triée, nettoyée, déchiquetée et transformée en fil qui permet de fabriquer des produits utiles. Des gens qui agissent, une planète plus propre – dès le premier pas.** »

## Une sensibilisation à l'écologie bien présente au club

L'US Granville possède donc désormais la même gamme que Manchester City puisque le club anglais a été le premier à utiliser ces maillots recyclés. « **Pour l'instant, seule l'équipe de National 2 est équipée avec ces maillots mais on pourrait peut-être étendre à l'équipe réserve**, souligne Laurent Boulouard. **Par contre, la sensibilisation à l'écologie est bien présente au club avec notamment le nettoyage des plages ou encore l'installation de poubelles de tri des déchets.** »

En plus d'être recyclables, ces maillots de l'US Granville sont fabriqués dans l'Est de la France – « **ce qui raccourci les délais** » – où se trouve le siège de la marque d'origine allemande qui appartient au groupe de luxe français Kering. En tout cas, c'est une belle initiative à l'image de [Phénix Sport](#), le premier équipementier de sport entièrement éco-responsable et circulaire.

# Pro Days 2021 : découverte du cadre VLD01 de Pescarolo Sports

Par Guillaume ROBERT le lundi 9 août 2021 - Actualité - Cet article a été lu 8978 fois. Commentaires : 24 .



Lundi matin sur le salon des Pro Days, je reçois un coup de fil. Les créateurs de Pescarolo Sports me demandent si je suis présent sur le salon et souhaitent me présenter leur cadre.

Ce n'est que vers 15 heures que j'arriverai à me libérer pour m'y rendre. Bien m'en a pris. Pour tous les amateurs de sport automobiles, le nom de Pescarolo vous parlera forcément. L'entreprise d'un passionné d'automobiles, Henri Pescarolo, qui créait lui-même ses voitures en carbone en France.

CYCLES PESCAROLO SPORT s'inscrit dans la mouvance du cyclisme longue distance. La multiplication des courses (24H Vélo Shimano Le Mans, 24H Vélo Paul Ricard, BikingMan, Race Across America / France / Belgium...) confirme son orientation.

Sur cette dynamique, CYCLES PESCAROLO SPORT lance la conception de son Vélo Longue Distance sur route (qui deviendra le VLD01) en déclinant la marque légendaire de l'endurance automobile sur le secteur du vélo et en s'appuyant sur les valeurs qui ont guidé PESCAROLO SPORT : PERFORMANCE, LEGERETE, CONFORT. Un vélo tout juste né et présenté sur le salon.



Le parti pris est de construire un vélo de route haut de gamme et aérodynamique entièrement réalisé en France (conception, fabrication, peinture) en s'entourant de partenaires industriels reconnus sur le territoire.

Tout le travail fait en R&D sur les voitures PESCAROLO concernant le rapport poids / puissance est mis à profit de la conception de notre vélo longue distance route.

Créer une marque de vélo a toujours été difficile.... et courageux. Mais prendre le pari sur une nouvelle marque avec un vélo intégralement conçu et fabriqué en France relève presque de la gageure.

Quand les créateurs m'ont indiqué faire fabriquer leur vélo en France, ma première question a été de savoir, par qui ! Car peu d'entreprises ont ce savoir-faire. Ils m'indiquent sous-traiter la fabrication à deux entreprises, **Cyfac** et l'**Atelier des Composites** (créé par deux anciens de chez Look).



Ouf, me voilà rassuré, les compétences de ces deux entreprises ne sont plus à prouver, le cadre n'est pas un énième produit issu d'un catalogue de fournisseur asiatique sur lequel on aurait apposé sa marque.

Si l'avant du vélo ne présente pas de réelles spécificités au niveau des tubes, en revanche, le tube de selle (réalisé par l'Atelier des Composites) présente une sorte d'aile. Un appendice esthétique qui démarque le vélo du reste de la production mondiale, mais qui a aussi des vertus aérodynamiques. En tous cas, un aileron qui nous rappelle les grandes heures de PESCAROLO SPORT.

La finition de l'ensemble est parfaite, d'autant plus qu'il s'agit ici du tout premier cadre. La boîte de pédalier est munie d'un insert en titane et accepte les boîtiers T47. A noter que chaque vélo est équipé de 3 inserts pour porte-bidons. Les deux traditionnels sur le tube diagonal et sur le tube de selle, ainsi qu'un supplémentaire sous le tube diagonal, comme on le voit sur certains gravels.

Une présence inhabituelle sur un vélo de route, mais qui s'explique par le fait que ce vélo a été conçu pour les épreuves d'endurance et d'Ultra Endurance.

Le VLD01 est disponible en version freins à patins et freins à disques. Curieux choix par contre que d'un étrier Direct Mount situé sous les bases (rapidement abandonné par toutes les marques qui ont un temps adopté cette solution), associé à un étrier avant à pivot central. Cette conception

limite le dégagement, de sorte que seuls les pneumatiques de 700x25 maxi sont acceptés, alors que les cyclistes d'ultra endurance optent bien souvent pour du 28mm minimum, voire du 30mm.



Le kit cadre est annoncé à 1690g. Vous pouvez retrouver la **géométrie complète de ce vélo sur la page officielle du VLD01**.



Mais la majeure partie des ventes devrait se faire sur la version freins à disques. Le cadre est identique à la version patins mais pèse 1790g avec sa fourche.

Reste les tarifs, très haut de gamme, puisque le VLD01 patins est affiché à 5200€ et le VLD01 Disques est à 5600€.

Bien sûr, le tarif est très élevé. Mais n'oublions pas que ce cadre est 100% français. De la Recherche au Développement à la construction en passant par la conception et la peinture (je vous laisse remettre ça dans l'ordre), tout est "Made in France". Avec les salaires et les charges qui vont avec donc la TVA (plus de 1100€ sur chaque cadre).

Comme je le dis souvent, on ne peut pas vouloir que tous les salariés gagnent 2000€, que la fabrication soit 100% française tout en ayant un produit final qui a demandé de nombreux investissements et de nombreuses heures de travail, coûter tout juste 1 mois de salaire. C'est à ce prix que l'entreprise peut dégager des bénéfices, se développer en investissant.

Un essai du Pescarolo VLD01 devrait se faire d'ici la fin de l'année.

Sarthe. Ces deux amis ont créé des roues artisanales et sarthoises pour dévorer la route Roadborn, ce sont des roues artisanales made in Sarthe. Simon Barbier et Kévin Bacle misent sur le carbone et l'assemblage pour développer leur société basée à Saint-Michel-de-Chavaignes, en Sarthe. Les deux amis vendent leurs roues dans plusieurs magasins spécialisés du Mans.



Avec Kévin Bacle, Simon Barbier a créé en 2016 une marque de roues artisanales en carbone.  
| OUEST-FRANCE

Ouest-France Emmanuel CHARLOT.

Publié le 03/08/2021 à 08h45

Abonnez-vous

Quelques km/h de plus et le carbone offre parfois un bilan bien enviable. Roadborn, comme son nom ne l'indique pas, est une marque sarthoise de roues en carbone née dans un petit atelier de Saint-Michel-de-Chavaignes, en Sarthe.

L'histoire de Simon Barbier et Kévin Bacle est encore récente puisque les deux amis se sont lancés dans l'aventure en 2016. Se faire une place entre des marques mondiales indéboulonnables sur les grands tours et classiques est un vrai pari.

Simon Barbier, beau-frère du cycliste professionnel Tony Hurel, avait l'habitude de travailler comme technicien avec des équipes comme Europcar ou Direct Énergie. Ses vacances lui ont fait connaître le fonctionnement d'un vélo sur le bout des doigts. **« Je pensais aux roues en carbone et je me disais que les prix étaient excessifs. Je me disais que je pourrais être capable d'en assembler. Avec Kévin, qui venait de perdre son travail dans un service marketing, on a tenté le coup. »**

Assemblage manuel

Créé en août 2018, Atom cycling dispose des marques Roadborn et June (chaussettes), commercialisant aussi des textiles, des casques et des lunettes. **« On a commencé par créer deux gammes à 1 000 et 1 200 € la paire, en faisant fabriquer nos propres moyeux. À qualité égale, on est 30 % moins cher que des grandes marques »**, assure Simon Barbier. Les roues sont quand même composées d'éléments fabriqués en Asie. Impossible d'être concurrentiel avec du 100 % made in France. L'assemblage est toutefois réalisé dans l'atelier de

Saint-Michel-de-Chavaignes. C'est une garantie pour tirer le meilleur parti des matériels. Simon, tensiomètre en main, promet un écart de tension de 5 % maximum entre chaque rayon. « **On a des roues mieux équilibrées, avec moins de fatigue de rayons et moins de risque de voile de la roue.** »

50 références en catalogue

Trois ans après son lancement, la petite société possède 50 références à son catalogue. Présente dans plusieurs magasins spécialisés du Mans (Cyclo box, Mondovélo, NS bike) et chez des revendeurs de la moitié nord de la France, elle cherche à se développer dans le sud de l'Hexagone.

Confinements et déconfinements n'ont pas seulement donné un coup de pouce au vélo en ville : les cyclistes passionnés, sur route ou dans les chemins, se sont fait plaisir grâce à une épargne épargnée par les dépenses de vacances. Les deux associés ont même décidé d'étoffer leur gamme avec une offre collant à la mode du Gravel. Sa polyvalence lui assure un vrai succès, qu'il faut maintenant accompagner avec du carbone.

Site : [www.roadbornwheels.com](http://www.roadbornwheels.com)

# Vélos : Moustache fait depuis dix ans le pari gagnant du made in France

On peut produire au coeur des Vosges, exporter un vélo sur deux et devenir le champion de l'électrique tricolore.

Moustache joue la carte du made in Vosges depuis dix ans. (Fred MARVAUX/REA)

Par **David Barroux**

Publié le 6 août 2021 à 7:40 | Mis à jour le 6 août 2021 à 7:58

Moustache n'a pas attendu la crise du Covid, la multiplication des pistes cyclables dans l'Hexagone et l'arrivée des plans de relance pour faire le pari du made in France. **Parti de rien il y a tout juste dix ans, la PME tricolore s'est imposée comme le champion en valeur du vélo électrique en France.** Et tout ça en assemblant ses deux roues en plein coeur des Vosges, dans l'agglomération d'Epinal.

« Si on est basé ici, c'est le résultat d'un mélange de conviction, de stratégie et d'attachement », avoue Greg Sand, l'un des cofondateurs de ce

généraliste du vélo à assistance motorisée, qui propose aussi bien des modèles de villes pour le quotidien des urbains que des VTT pour les sportifs du dimanche.

# De Fil en aiguille ouvre la personnalisation des vêtements de sport aux particuliers

L'entreprise De Fil en aiguille, spécialisée à Thann (Haut-Rhin), dans la personnalisation des articles pour sportifs professionnels, lance un outil à destination du grand public. La PME va investir pour consolider ce nouveau relais de croissance.

De Fil en aiguille trouve dans le marché des particuliers un nouveau relais de croissance. (FIL EN AIGUILLE)

Par **Coralie Donas**

Publié le 15 juil. 2021 à 17:57

Choisir la couleur du vêtement, y apposer son propre logo... Depuis le début du mois de juillet, l'entreprise textile De Fil en aiguille située à Thann dans le Haut-Rhin, propose sur son site un outil de personnalisation et de commande de maillot de sport pour les particuliers.

Un service jusque-là proposé à ses clients professionnels, les revendeurs et les marques, notamment Puma . « Le marché des particuliers est un nouveau relais de croissance, il y a une demande », souligne Khalid Chabi, président de l'entreprise, qui a démarré par la fabrication textile en 1990, avant de prendre le virage du numérique pour lancer la personnalisation du tissu.

L'entreprise est aussi spécialisée dans les productions de petites séries et d'unités, un autre atout pour s'adresser directement aux consommateurs.

## Made in France

20 % de l'investissement de 550.000 euros ont été pris en charge par la région Grand Est. De Fil en aiguille a également bénéficié d'une aide technique de l'agence régionale de soutien à l'innovation, Grand E-nov. Des recrutements sont prévus dans la PME qui emploie actuellement 20 personnes, pour le développement informatique et

la maintenance, ainsi que pour l'atelier de couture. Si l'entreprise s'est maintenue en 2020 en fabriquant des masques, elle a tout de même subi une perte de son chiffre d'affaires de 16 % par rapport à 2019, soit 1, 27 million d'euros cette année.

Une baisse directement liée à l'arrêt des activités sportives en 2020. Mais Khalid Chabi constate aussi que la crise sanitaire a renforcé l'appétence des clients pour le fabriqué en France et les circuits courts. « La digitalisation nous permet en plus d'être compétitif par rapport aux fabricants, en Turquie et dans les pays du Maghreb », souligne Khalid Chabi. D'ici 2023, il va doter l'entreprise d'un ERP pour automatiser la gestion des commandes et de la fabrication, ce qui portera l'investissement dans la numérisation à un million d'euros.

Voilà un an qu'un groupe de petits investisseurs (dont le fondateur) a racheté l'entreprise Raidlight-Vertical au géant Rossignol. Les nouveaux dirigeants ont relocalisé une partie de la production de vêtements de trail. Le directeur Stéphane Bacconnier nous dévoile ses projets de développement.



Stéphane Bacconnier dans l'atelier de confection relancé il y a un an © Radio France - Lionel Cariou

## France Bleu Isère - Quel bilan un an après la reprise ?

**Stéphane Bacconnier, directeur général de Raidlight-Vertical** - Une belle première année au cours de laquelle nous avons mené de nombreux chantiers aussi bien au niveau logistique, au niveau commercial et au niveau humain. On avait repris 22 salariés de Rossignol, nous sommes aujourd'hui 36 salariés donc une belle progression. Une grande partie des recrutements ont été effectués notamment sur l'atelier. Nous avons relancé nos ateliers et aujourd'hui nous avons recruté quasiment 10 personnes sur l'atelier "Made in France".

Stéphane Bacconnier, directeur général de  
Raidlight-Vertical

## Qu'est-ce qui est fabriqué ici à Saint-Pierre-de-Chartreuse aujourd'hui ?

Aujourd'hui on fabrique différents produits : on fabrique essentiellement des maillots, des shorts bien évidemment destinés au trail, des sacs à

dos de différents litrage, des ceintures de trail, des bonnets, des bandeaux, des collants, et des masques également dans le cadre du Covid.

## C'est important pour vous cette relocalisation d'une partie de la production ?

Aujourd'hui comme vous le dites c'est bien une partie de la production. On relocalisé 10 % de notre production totale à Saint-Pierre-de-Chartreuse. C'est extrêmement important parce que ça a du sens pour nous. Ça a du sens de fabriquer en France, ça a a du sens de fabriquer avec des produits recyclés parce qu'on est un acteur de notre territoire aussi, on veut faire vivre les personnes localement. Et en tant que trailer ça a tout son sens : on est très attaché à l'environnement, à la nature, c'est notre terrain de jeu et fabriquer localement avec des produits recyclés, cela a tout sa place chez nous.



Un tee-shirt en cours de confection à Saint-Pierre-de-Chartreuse © Radio France- Lionel Cariou

## Il y a de la demande (pour le Made in France) ?

Alors il y a une demande qui est extrêmement forte. La période post-Covid a certainement fait réfléchir le consommateur sur ses achats. Aujourd'hui on est sur-sollicité et on a énormément de mal à faire face à cette demande .

## Quels sont vos projets maintenant pour l'avenir ?

Bien évidemment on va poursuivre cette fabrication Made in France qui fait réellement partie de notre ADN. Aujourd'hui on a 10 salariés : l'idée effectivement c'est de doubler cette production et atteindre un objectif de 20 % sur l'an II de notre entreprise. Pour cela on envisage d'aller un peu plus bas dans la vallée, peut-être d'ouvrir un autre atelier - on a des projets actuellement pour ouvrir un atelier dans la région de Voreppe et de Voiron en doublant les effectifs. Je profite d'ailleurs de mon passage à l'antenne pour dire que nous sommes actuellement en recrutement sur des postes, notamment des opérateurs de production et surtout à la confection... Des couturiers, des couturières même débutants ! L'essentiel c'est d'avoir envie. Même les personnes qui sont en début de carrière, on est là pour les accompagner et pour les former à nos méthodes.

Le Dijonnais, Maxence Colin, co-fondateur de la toute jeune entreprise "2nde Chance" a beau s'intéresser au futur de nos pieds, il n'en a pas moins la tête bien ancrée sur les épaules. Avec sa compagne, Manon Poirot, il s'est lancé dans le projet ambitieux de créer des baskets 100% made in France sur un marché pourtant trusté par de grandes marques internationales. Le créneau de "2nde Chance" et ce qui la différencie avec les géants des chaussures de sports, c'est la démarche "écoresponsable". Le but est de réduire au maximum l'emprunte carbone pour fabriquer ces baskets aux allures sportives mais destinées plutôt à nous chausser au quotidien. Entretien



Le logo de la société dijonnaise 2nde chance - 2nde chance

## **Des baskets écoresponsables, ca veut dire quoi ?**

Ce sont des baskets qui s'engagent dans une meilleure démarche que ce soit social, environnemental que ce soit par le process de fabrication ou encore par l'utilisation de matériaux plus responsables.

## **Vous partez pourtant sur du plastique ou du PVC, c'est écoresponsable ?**

Si on est parti sur du PVC c'est pour ses capacités de recyclabilité. Il peut être recyclé jusqu'à 7 ou 8 fois, sans ajout de matière première. Et nous avons décidé justement d'en rajouter pour allonger la durée de vie de ces baskets. L'autre particularité, c'est que nous avons réussi à travailler avec nos partenaires pour qu'une partie de ce PVC soit bio sourcée ou agro sourcée, ce qui permet de réduire la partie pétrochimique.

## **Ce sont des chaussures vraiment fabriquées 100% en France ?**

Oui. Assemblées en France et avec des matériaux français. C'est notre plus grande fierté, c'est aussi un véritable défi et je pense, on peut le dire, qu'on sera la première

basket qui travaille avec des partenaires et des matériaux français.

## **100% made in France, ça veut dire aussi plus cher que la concurrence mondiale ? Vous prévoyez tout de même une marge sur ces chaussures?**

Oui, on a une marge. En Asie, les marges vont de 6 à parfois 14%, au Portugal, elles tournent autour de 3 / 3.5%, nous on est réduit entre 2 et 2.5%. Donc on aura un prix assez élevé, mais on va apporter une vraie création de valeurs à nos futurs clients. L'objectif, c'est de vraiment renouer le contact avec eux, car on considère que le lien entre les clients et les marques est souvent perdu. La création de valeur, c'est qu'on veut que nos baskets soient des pièces centrales dans leurs armoires. On ne sera pas là que pour vendre des baskets, mais aussi pour les conseiller, les sensibiliser, comme je l'ai moi même été par le passé pour défendre aujourd'hui ces valeurs.



Maxence Colin co fondateur de "2nde chance" © Radio France - Christophe Tourné

## **Quel public visez-vous ?**

Notre mission, c'est de sensibiliser les générations des 18/35 ans. Les jeunes, pour nous, c'est l'avenir. Beaucoup d'entre eux sont aujourd'hui sensibiliser à l'environnement. Il y en a d'autres qui s'intéressent à cette démarche, mais qui ont besoin de données, de conseils pour pouvoir faire de meilleurs choix.

## **Quelles sont vos ambitions ?**

On est assez ambitieux car nous voulons mettre une stratégie autour de deux branches : les "sneakers addict" et les personnes "green". Notre objectif, c'est de réaliser un chiffre d'affaire de 300 000 euros et de doubler chaque année.

## **Ces baskets, on pourra les trouver que sur internet ou elles seront aussi en vente en magasin ?**

Ces chaussures, on ne pourra les trouver que sur internet. On a même fait le choix de les proposer uniquement sur notre site. Les statistiques prouvent que le choix numéro 1 dans l'achat d'un produit, ce n'est ni la provenance, ni le prix, ni s'il est éco responsable. La concession sur le prix peut se faire s'il y a le confort et le style. Donc on a vraiment

misé sur le style, mais assez sportif. L'objectif, c'est d'avoir une semelle ultra design, et une tige, la partie haute de la chaussure, plutôt minimaliste.

Le bambou est-il l'avenir du vélo ? C'est la conviction d'un artisan de Charente Limousine qui fabrique des vélos en bambou, dans son atelier de Saint-Maurice-des-Lions. Louis Segré présentera un de ses modèles lors d'un concours réservé aux artisans du cycle ce week end. En route vers la réussite ?



Un vélo en bambou dans l'atelier de Louis Segré, un artisan de Charente Limousine qui croit au potentiel commercial de cette curiosité. - © Gamory Cycles

L'idée ne vous a peut-être jamais effleuré, mais si vous êtes passionné de cyclisme, vous pourrez bientôt vous offrir un vélo en bambou made in France. Un vélo fabriqué précisément en Charente Limousine, dans l'atelier de Louis Segré, installé à Saint-Maurice-des-Lions. Cet ancien navigateur, habitué des courses au large en voilier, en a fait son nouveau métier, en fondant l'entreprise Gamory Cycles. Il se confie sur cette **aventure aux allures de lubies, qui pourrait bien rencontrer un véritable succès commercial.**

Lorsqu'il devient artisan, il y a deux ans, Louis Segré sait qu'il veut faire des vélos. Il pense d'abord les fabriquer en acier, avant de découvrir les vertus du bambou. **Utilisé depuis plus de 100 ans par des fabricants anglais**, ce matériau a de nombreuses qualités. *"Ça fait des beaux vélos, qui méritent à être bien plus connus qu'ils ne le sont. Ils sont légers, confortables à rouler. Et solides !"*

À réécouter [La Nouvelle Eco : des vélos en bambous en Charente Limousine, une affaire qui roule ?](#)

Le patron de Gamory Cycles l'a lui-même expérimenté avec les deux prototypes conçus pour lui et sa compagne il y a deux ans. Il a tenté de les pousser au bout de leur limites et le verdict est sans appel : *"J'ai réussi à casser les roues, les rayons, la transmission, mais je n'ai pas encore réussi à casser le cadre en bambou !"* **Solides, mais aussi légers et esthétiques**, voilà donc les atouts des vélos en bambou selon lui. Autant de point forts que Louis Segré présente ce week end au [concours des artisans du cycle](#). Un concours réputé dans le milieu, qui peut lui permettre de se faire connaître et de taper dans l'œil des passionnés.

### Bientôt les premières commandes

Avant de commencer à vendre ses vélos, l'artisan s'est fixé pour objectif d'en fabriquer dix, afin d'éprouver sa méthode de fabrication et son savoir-faire. Aujourd'hui, il se trouve donc à un moment charnière puisqu'il espère bientôt enregistrer ses premières commandes. Louis Segré sait qu'il faudra de solides arguments pour convaincre, mais il est **sûr du potentiel de ses vélos**. *"Ils sont longs à fabriquer, donc ils peuvent être assez chers, mais il y a des passionnés qui peuvent être intéressés par ce genre de produits. Surtout qu'en ce moment c'est assez porteur le vélo."* L'artisan se dit donc confiant pour l'avenir de sa petite entreprise.

# Le succès du vélo rétro fait renaître des dizaines de marques iconiques

Pas forcément léger, très rarement électrique, le vélo en acier et au look classique tire aussi les ventes dans le cycle. Dans le sillage des grands du secteur, quelques PME et artisans français réunis dans une association connaissent les croissances folles du vélo en Europe, +40 % en 2020.

Maison Tamboite à Paris revendique un siècle d'histoire pour ses vélos sur mesure très haut de gamme. (Maison Tamboite)

Par **Stephane Frchet**

Publié le 2 sept. 2021 à 16:51 | Mis à jour le 2 sept. 2021 à 16:52

C'est l'effervescence parmi les marques iconiques du cyclisme tricolore. Le dijonnais Lapierre fête ses 75 ans en pleine euphorie. Peugeot et Gitane font le bonheur du suédois Cycleurope, qui fabrique à Romilly-sur-Seine (Aube) des vélos haut de gamme. Et le normand Easybike, déjà

propriétaire de Matra et Solex, vient de mettre la main sur la marque Lejeune, qu'il compte bien relancer.

La crise sanitaire et les confinements ont « provoqué un retour à l'authentique, au fabriqué en France, y compris dans le vélo », observe Matthieu Brunet, à la tête de l'équipementier Zéfal, à Jargeau (Loiret), qui constate cet engouement pour le look rétro, ou en tout cas pour des objets classiques, simples et solides. La tendance existait déjà, elle s'est accentuée avec la crise.

## **Label d'excellence et formation cadreur**

Dans les chiffres, impossible de distinguer cette part des vélos classiques dans les données globales de la Confédération européenne de l'industrie du cycle. Elle rappelle juste que ce marché connaît une croissance de 40 %, et même de 52 % pour l'électrique. Ce qui a un effet sur l'emploi, puisque le secteur a augmenté ses effectifs de 30 % l'an passé. Les vingt ans qui viennent seront du même acabit.

Eric Vanhaverbeke est convaincu que des passionnés peuvent jusqu'à 5.000 euros pour un vélo de course.

Derrière les acteurs du deux-roues déjà bien installés, une pléiade d'artisans et d'entrepreneurs compte exister dans le peloton tricolore. Au printemps, Eric Vanhaverbeke, dont le père, Jean-Pierre, a couru pour l'équipe Dilecta dans les années 1960, a relancé cette marque. « Elle était tombée dans l'oubli depuis la fermeture de l'usine en 1968. Depuis, elle était dans le domaine public », raconte cet ancien vice-président du fabricant français Look, passé par les pneus Hutchinson.

---

**L'industrie du vélo français, un « village gaulois » qui ne demande qu'à revivre**

---

Eric Vanhaverbeke est convaincu que des passionnés peuvent dépenser 4.000 euros pour un gravel, un vélo mixte route-chemin, et jusqu'à 5.000 euros pour un vélo de course. D'ailleurs, après une première série d'une cinquantaine de vélos, il ne reste rien. « On n'a pas réussi à garder du stock pour la rentrée », dit Eric Vanhaverbeke,

qui ambitionne de remonter un atelier là où tout a commencé, au Blanc (Indre), en 1913.

## Label d'excellence et formation de cadreur

Une Association des artisans du cycle (AAC) s'est lancée avec deux objectifs : la création d'une formation de cadreur, alors qu'il n'existe qu'un certificat de qualification professionnelle (CQP) technicien du cycle, mais surtout d'un label d'excellence. « Nous souhaitons nous différencier des généralistes. Ce n'est pas une position défensive, c'est la reconnaissance d'une fabrication souvent à l'unité, qui correspond à une demande forte des clients », explique Vincent Rebours, responsable du développement de Maison Tamboite, une jeune pousse parisienne qui s'est lancée en 2016 sur le créneau des vélos de luxe.

Ses trois modèles ont des cadres chromés aux Lilas (Seine-Saint-Denis), des roues et des garde-boue en bois de hêtre, des selles en cuir épais, et sont proposés entre 11.000 et 15.000 euros. Cette PME de sept personnes assemble même la série spéciale LV Bike à 22.000 euros pour LVMH (propriétaire des « Echos »).

***Fort de sa position de partenaire technique officiel du TFC, la marque Ranna a dévoilé sa nouvelle R-One Grip 2.0. Une nouvelle génération qui conserve le Made In France au coeur de la conception.***

Il y a encore quelques années, la chaussette de foot n'était que l'un des éléments classiques de la panoplie d'un joueur de football. Souvent délaissée par les équipementiers, oubliée par les joueurs et pas forcément adaptée aux besoins, la chaussette s'est réinventée au début des années 2010 grâce à l'arrivée des premières chaussettes de performances. Depuis, la chaussette technique s'est fait une place solide dans le sac des joueurs et la technologie de grip que l'on retrouve sous la chaussette accompagne désormais la classique chaussette de club coupée en deux afin de ne laisser apparaître que le manchon sur le mollet.

Devenu un phénomène de mode à l'occasion du Mondial 2014, la chaussette de performance compte différents acteurs dans le Monde qui se partagent un gâteau de plus en plus important. Parmi ces marques, on retrouve notamment Ranna et sa fabrication Made in France. Sur le marché depuis 2018 et le lancement de sa R-One, la marque française qui est désormais **partenaire technique officiel du TFC** et qui propose donc ses produits à l'ensemble des joueurs du club vient de dévoiler sa nouvelle paire, la R-One Grip 2.0.



## QUELLES NOUVEAUTÉS SUR LA RANNA R-ONE GRIP 2.0

Après trois ans de bons et loyaux services, la R-One Grip cède donc sa place à la R-One Grip 2.0 chez Ranna. Bien sûr, la marque française ne change pas tout et conserve son ADN ou tout du moins une partie puisque sur la partie arrière de la paire, on retrouve une toute nouvelle forme géométrique qui a été mise en place afin d'apporter de la visibilité à la marque. En effet, la plupart des joueurs de foot ont l'habitude de laisser un petit espace entre la chaussure et la partie manchon de la chaussette, ce qui laisse une petite fenêtre aux marques de chaussettes pour apparaître. Si légalement, le nom ou l'identification du fabricant ne doit pas apparaître en cas de différence avec l'équipementier du club, la réalité du terrain est tout autre et Ranna comme les autres en profite.

Outre la partie esthétique de la nouvelle R-One Grip 2.0, la marque française a également imaginé des nouveautés technologiques. La première et probablement la plus importante est l'ajustement des différentes pastilles en polyuréthane qui font le grip de la paire. Désormais positionnées des phalanges au tendon d'Achille, elles favorisent le transfert de force de l'explosivité si on en croit Ranna. Pour le reste, on retrouve les grandes lignes de l'ancienne version avec un maintien de la cheville grâce à un effet strapping tout comme une bande au niveau du cou-de-pied qui apporte une tenue du pied dynamique.



Disponible dans quatre tailles différentes (36-28, 39-41, 42-44 et 45-47), la paire se distingue également grâce à une palette de couleurs de plus en plus complète. Outre le noir, le blanc, le rouge, le bleu et les autres couleurs « classiques », on découvre désormais du rose et du violet. Des couleurs qui ne sont pas là par hasard puisqu'elles sont dans la continuité de la présence de Ranna au TFC. Si la marque met des chaussettes à disposition des joueurs, la présence de ces couleurs permet de venir compléter la chaussette de club par les chaussettes de performances sans avoir à se soucier des remarques du corps arbitral ou de l'absence de strap.

# La nouvelle éco : à Saint-Pierre-de-Chartreuse Raidlight vise les 20% de produits Made in France

Lundi 20 septembre 2021 à 6:24 - Par Lionel Cariou, France Bleu Isère



Saint-Pierre-de-Chartreuse



Voilà un an qu'un groupe de petits investisseurs (dont le fondateur) a racheté l'entreprise Raidlight-Vertical au géant Rossignol. Les nouveaux dirigeants ont relocalisé une partie de la production de vêtements de trail. Le directeur Stéphane Bacconnier nous dévoile ses projets de développement.



Stéphane Bacconnier dans l'atelier de confection relancé il y a un an © Radio France - Lionel Cariou

## France Bleu Isère - Quel bilan un an après la reprise ?

**Stéphane Bacconnier, directeur général de Raidlight-Vertical** - Une belle première année au cours de laquelle nous avons mené de nombreux chantiers aussi bien au niveau logistique, au niveau commercial et au niveau humain. On avait repris 22 salariés de Rossignol, nous sommes aujourd'hui 36 salariés donc une belle progression. Une grande partie des recrutements ont été effectués notamment sur l'atelier. Nous avons relancé nos ateliers et aujourd'hui nous avons recruté quasiment 10 personnes sur l'atelier "Made in France".

Stéphane Bacconnier, directeur général de  
Raidlight-Vertical

## Qu'est-ce qui est fabriqué ici à Saint-Pierre-de-Chartreuse aujourd'hui ?

Aujourd'hui on fabrique différents produits : on fabrique essentiellement des maillots, des shorts bien évidemment destinés au trail, des sacs à dos de différents litrages, des ceintures de trail, des bonnets, des bandeaux, des collants, et des masques également dans le cadre du Covid.

## C'est important pour vous cette relocalisation d'une partie de la production ?

Aujourd'hui comme vous le dites c'est bien une partie de la production. On a relocalisé 10% de notre production totale à Saint-Pierre-de-Chartreuse. C'est extrêmement important parce que ça a du sens pour nous. Ça a du sens de fabriquer en France, ça a du sens de fabriquer avec des produits recyclés parce qu'on est un acteur de notre territoire aussi, on veut faire vivre les personnes localement. Et en tant que traileur ça a tout son sens : on est très attaché à l'environnement, à la nature, c'est notre terrain de jeu et fabriquer localement avec des produits recyclés, cela a tout sa place chez nous.



Un tee-shirt en cours de confection à Saint-Pierre-de-Chartreuse © Radio France- Lionel Cariou

## Il y a de la demande (pour le Made in France) ?

Alors il y a une demande qui est extrêmement forte. La période post-Covid a certainement fait réfléchir le consommateur sur ses achats. Aujourd'hui on est sur-sollicité et on a énormément de mal à faire face à cette demande .

## Quels sont vos projets maintenant pour l'avenir ?

Bien évidemment on va poursuivre cette fabrication Made in France qui fait réellement partie de notre ADN. Aujourd'hui on a 10 salariés : l'idée effectivement c'est de doubler cette production et atteindre un objectif de 20 % sur l'an II de notre entreprise. Pour cela on envisage d'aller un peu plus bas dans la vallée, peut-être d'ouvrir un autre atelier - on a des projets actuellement pour ouvrir un atelier dans la région de Voreppe et de Voiron en doublant les effectifs. Je profite d'ailleurs de mon passage à l'antenne pour dire que nous sommes actuellement en recrutement sur des postes, notamment des opérateurs de production et surtout à la confection... Des couturiers, des couturières même débutants ! L'essentiel c'est d'avoir envie. Même les personnes qui sont en début de carrière, on est là pour les accompagner et pour les former à nos méthodes.



Lionel Cariou  
France Bleu Isère

---