



Sortir de la fast fashion et produire en France ? 6 exemples pour penser la mode autrement

Les 1er et 2 septembre, le salon « Made in France Première Vision » a réuni à Paris une centaine de fabricants et autres façonniers du textile. Rencontre avec six entrepreneurs bien décidés à révolutionner la mode de demain.



Collection Kiplay vintage, un exemple de relocalisation réussie ! (Kiplay)

Ouf ! Au moment de fournir en masques la population, le gouvernement a su trouver in extremis du répondant auprès des industriels du textile . En quelques semaines, près de 1 400 entreprises du secteur (marques et façonniers), se sont entendus et mobilisés pour répondre à un cahier des charges exigeant et retailer en catastrophe leurs chaînes de production.

Certains n'en reviennent toujours pas : « *On est une industrie. On l'avait un peu oublié* » rappelle Sophie Pineau, membre du conseil d'administration du Groupement de la fabrication française (GFF). Sur le salon Première Vision, dédié au savoir-faire français, premier du genre depuis la crise sanitaire, la présidente de l'entreprise de confection vendéenne Getex n'était pas la seule à relever la tête.

Car cette affaire de masques - dont on espère avoir de moins de moins en moins besoin - a mis en lumière les atouts (la résilience, dit-on aujourd'hui) d'une filière pas vraiment à la fête. « *Il faut se saisir de cette occasion pour repenser la mode autrement. Le risque, c'est que le monde d'après ressemble au monde d'avant* », a rebondi Agnès Pannier-Runacher.



Dans les allées du salon Première Vision made in France : une affluence record (plus 3,10 % de visiteurs) malgré la crise sanitaire

Invitée d'honneur du salon, la ministre en charge de l'industrie a reconnu que la filière « *avait perdu beaucoup de terrain ces dernières années* ». Dans sa mallette, des subventions pour « *moderniser notre appareil de production* » qui viendront s'ajouter à la baisse des impôts de production de 10 milliards d'euros promis pour l'an prochain par le premier ministre. Suffisant pour redonner des couleurs au secteur et convaincre les consommateurs - hors luxe - de choisir le made in France ?

Le local, la qualité contre la quantité, la durabilité, la ministre assure qu'il y a là un fil - économique - à tirer. Certains distributeurs seraient même au taquet pour embrayer le mouvement (et tailler dans les marges ?). Chantal Malingrey, directrice de ce Prémière Vision est tout aussi confiante : « *A l'instar de l'alimentation, il y a dans la mode une dynamique du made in France depuis 3 à 4 ans qui ne se dément pas : qu'est-ce que je porte, d'où ça vient, comment c'est fabriqué, par qui... Et pas seulement dans le haut de gamme. Ce mouvement est de plus en plus porté par de jeunes marques et une multitude d'ateliers et de fabricants très créatifs et innovants qui ont su anticiper ce besoin* ». La preuve en 6 exemples :

Balzac Paris

L'an dernier, dans le cadre du projet « *Tricolor* » porté par Prémière Vision, ce pure-player de la mode a œuvré à la réintroduction de la filière lainière en France. Au final, sur sa boutique en ligne, il était possible d'acheter un pull 100 % français depuis l'élevage du mouton jusqu'à sa fabrication. Une démarche éthique et responsable qui a un coût - 160 euros l'article - mais est aussi un gage de qualité et de durabilité.



Pull de la collection Hilda de Balzac Paris, fabriqué en laine non traitée dans l'une des dernières filatures françaises

Cette année, l'entreprise participe au hackathon « *Relocalisons* ». Le challenge ? Soumettre à des professionnels (le Centre Européen des Textiles Innovants, Nord Créa (Plateau Fertile), ESIV-La Fabrique et le Label EPV) le soin de trouver des solutions pour relocaliser tout ou partie de leur production. Une ligne de maillots de bain, des articles gourmands en main d'oeuvre, donc chers à produire en France, pourraient ainsi voir le jour dès l'été chez Balzac. Agnès B, La Redoute, Monoprix, Bensimon, Petit Bateau se sont aussi prêtés à l'exercice.

Mais la démarche à tout pour séduire cette jeune marque connue pour son engagement éthique : prenant le contrepied de la fast fashion, ses fondateurs ont choisi de ne mettre en vente que des articles conçus et produits en petite quantité : « *On préfère produire peu et éventuellement réassortir en fonction des ventes, plutôt que d'estimer en amont un éventuel succès... et se retrouver avec des stocks sur les bras. C'est un non-sens écologique !* » revendique Marie-Emmanuelle Demoures, la directrice de l'offre et de la RSE. Aujourd'hui, les vêtements et accessoires de la marque sont fabriqués dans l'Union européenne et autant que possible en France par des entreprises labellisées EPV (entreprise du patrimoine vivant).

Kiplay

Depuis quatre générations, Kiplay fabrique (à façon ou pour sa propre marque) des vêtements de toile. « *Depuis quelques années, il y a un vrai engouement pour la fabrication française. C'est une prise de conscience forte qui se matérialise dans les ventes* » détaille Clément Pradal, 28 ans, fils du PDG et responsable de production. Cette affaire de famille a débuté il y a un siècle à Saint-Pierre-d'Entremont en Normandie, par une petite fabrique de galoches. Elle s'est poursuivie dans la confection de vêtements de travail, et a renoué il y a peu avec son passé en lançant une collection vintage sur la base des archives de la maison et un superbe lot de tissus années 70 glanés lors d'une vente aux enchères à Flers, ancien berceau du Textile.



Clément Pradal et la collection Kiplay de prêt à porter vintage entièrement made in France

Dans les années 80, sous les coups de butoir de la concurrence, l'entreprise a dû délocaliser une grande partie de sa production, notamment les vêtements de travail. Des articles difficiles à relocaliser en France où la concurrence est forte et les prix tirés vers le bas. Un crève-cœur pour Marc Pradal, l'actuel PDG : « *Il y a six ans, nous avons pris la décision d'arrêter de délocaliser notre fabrication de prêt à porter mais la question fondamentale fut celle-ci : Quel produit était capable de supporter le Made in France ? Nous avons donc travaillé une première collection vintage basée sur le vêtement de travail, puis des jeans et enfin cette série 'Héritage' inspirée des années 30. Nous avons encore des ateliers mais les couturières commençaient à partir en retraite. Nous avons mis sur la table 400 000 euros et embauché une vingtaine de personnes en reconversion qui pour la plupart ont signé grâce à nous leur premier contrat de travail. C'est aussi une belle aventure humaine !* »

Linportant

Cultivé essentiellement en Europe et particulièrement en France, le lin est la fibre la plus tendance et la plus écolo du moment. La preuve sur le salon avec Linportant, une société coopérative qui se propose de convertir au bio des bassins agricoles liniers et de relocaliser en Normandie (à Evrecy) une usine de production industrielle de textile en lin labellisée GOTS (Global Organic Textile Standard).



Le fondateur de LINportant et ses T-shirts en lin bio

A la tête du projet, Paul Boyer espère monter en Normandie un atelier capable de produire en grande série pour des marques des T-shirts en lin bio et made in France et « remettre de l'emploi dans le local ». Sur Ulule, l'entreprise a déjà récolté 250 000 euros et espère trouver de nouveaux investisseurs (institutionnels cette fois) via Tudigo pour poursuivre son développement.

Filatures du Parc

Cette filature occitane a plus de 60 ans mais une particularité qui aujourd'hui fait son succès : elle produit depuis 2007 un fil 100 % laine et entièrement recyclé à partir de nos pulls en fin de vie. A la base : des ballots de lainages récupérés auprès des marques ou des associations. Triés par couleurs, lavés, débarrassés de leurs accessoires, ils sont ensuite transformés en fils selon un procédé breveté. Et prêts à repartir dans le circuit. Pas de nouvelle teinture, les couleurs naissant à partir de ce qu'ils trouvent. Et la manœuvre est 100 % écolo.

Leurs clients ? « *De Chanel à Système U !* », répond non sans fierté le responsable des ventes présent sur le salon... et débordé. Aujourd'hui, cette laine entièrement recyclée constitue 80 % de l'activité de l'entreprise.

Atelier Pere Pigne

La fabrication de plus de 100 000 masques pendant la crise du Covid a donné à cet atelier de couture perpignanaise une visibilité et des moyens inespérés, mais la valeur de cette entreprise sociale et solidaire dépasse largement ce cadre. Située à l'origine au cœur de St Jacques, un des quartiers les plus pauvres de



[Visualiser l'article](#)

France, l'atelier abrite jeunes de lycées professionnels, couturières expérimentées et femmes issues de la communauté gitane, qui pour la plupart n'avaient jamais travaillé.



Mickaël Marras, fondateur de l'atelier Per Pigne

A l'initiative du projet, Mickaël Marras ne cache pas sa fierté : « *Au début de la crise, les décès de l'Occitanie concernaient tous des gitans du quartier. La commande de masques pour les institutions, la police, la préfecture... fut une véritable bouffée d'oxygène . Les couturières ont redressé la tête et, surtout, nous avons pu accélérer les embauches* » .

Aujourd'hui, l'atelier a déménagé à quelques pas de St Jacques, emploie une quarantaine de personnes et surtout, renoue avec son cœur de métier : la confection 100 % locale de T-shirts, sweats, sacs... le tout fabriqué à partir de matières entièrement recyclées et vendu à des petits créateurs locaux ou de grandes marques nationales désireuses de relocaliser leur production. « *Aujourd'hui, les gens sont prêts à payer un peu plus cher leurs vêtements. Un T-Shirt acheté 5 euros, quel est son prix réel ? Tu le payes dans les dégâts faits à la société, à l'environnement, à la santé de travailleurs pauvres...* » souligne ce chef d'entreprise passionné.

Petit bateau

On ne le sait pas toujours, mais Petit bateau est non seulement une marque de vêtements séculaire, mais aussi un fabricant qui produit de la maille (pour sa propre marque et d'autres) dans 4 usines situées en France et au Maroc.

www.nouvelobs.com

Pays : France

Dynamisme : 59



[Visualiser l'article](#)

Pas de faux-semblant sur le stand de Première Vision : « *Sur certains articles, il est impossible de faire du made in France à un prix raisonnable* » apprend-on. C'est le cas du fameux ciré jaune qui habille les marmots depuis des lustres sur les plages de Bretagne et d'ailleurs. Fabriqué dans une toile enduite coupée, cousue, et étanchéifiée au niveau des coutures, le ciré provient.. d'Asie. Trop de main-d'œuvre actuellement pour entrevoir sa relocalisation, à moins de trouver d'autres solutions.

C'est le défi que doivent relever les entreprises partenaires du Hackaton de Première vision : « *Il faudra probablement réduire le temps de la confection, peut-être en remplaçant les coutures par de la soudure. Nous attendons leurs propositions...* » détaille Anne Masanet, directrice du développement de Petit Bateau. A suivre donc.