

FASHION
NETWORKLe textile face aux défis de la
personnalisation, formation et quête de sens

Par [Lucile Deprez](#) - 5 juillet 2017

Les industriels du secteur de la mode et du luxe se sont réunis le 5 juillet au ministère de l'Economie pour assister aux conférences organisées par R3iLab, le réseau dédié à l'innovation immatérielle pour l'industrie. Pour introduire la matinée, Frédéric Biousse, cofondateur du fonds Experienced Capital, Olivier Fournier, président de la fondation Hermès, et Daniel Harari, directeur général du groupe Lectra, se sont succédé pour introduire le thème : « Audacieuses Industries ».



De gauche à droite : Elizabeth Ducottet, R3iLab, Olivier Fournier, Hermès, Daniel Harari, Lectra, Frédéric Biousse, Experienced Capital, et Nelly Rodi, R3iLab - R3iLab

Frédéric Biousse décrit une forte évolution de la demande des consommateurs en « quête de sens ». Il détaille : « Le marketing est mort, seule la recherche de l'histoire compte aujourd'hui pour les clients ». Une pensée que Frédéric Biousse met en pratique pour son fonds. Experienced Capital possède des participations dans sept

marques : Figaret, Sœur, Le Slip Français, Jimmy Fairly, Maison Standards, Balibaris et dernièrement Sessùn.

« Nous accompagnons des marques qui ont une transparence verticale. Pour les sélectionner, nous faisons attention au produit, à sa traçabilité, au concept retail et à son fondateur ou à sa fondatrice. Ce dernier est le critère le plus important, il doit avoir son histoire et quelque chose de vrai à raconter car aujourd'hui, le seul enjeu pour nous tous est de parler vrai à nos clients. »

Interrogé sur les possibilités d'innovation dans le secteur, Olivier Fournier, représentant la maison Hermès, commence par répondre : « L'audace, c'est le courage et entre les deux, il y a un joli mot : la liberté. »

Mais pour lui, le pendant de l'innovation est la formation et de préférence en France : « Un savoir-faire qui part à l'étranger est un savoir-faire perdu. Nous embauchons environ 600 personnes par an dont 450 en France et une majorité d'artisans. Je pense que l'emploi manufacturier est aujourd'hui très important. »

En effet, la maison française possède ses différentes écoles pour tous les corps de métiers : maroquinerie, textile, tannerie. La dernière a été inaugurée à Héricourt, dans le département de la Haute-Saône, en avril 2016. C'est la quinzième manufacture en France pour le groupe.

Pour terminer, Daniel Harari, directeur général du groupe Lectra, revient sur la période difficile connue par l'entreprise dans les années 2000 : « Nous avons décidé de miser sur l'innovation en restant en France. Il y a 25 ans, nous faisons uniquement de la mode et de l'habillement, et maintenant, nous évoluons aussi dans le domaine de l'automobile et de l'ameublement. »

Selon lui, le réel enjeu réside dans « l'industrie 4.0 ». « L'évolution va prendre dix ou vingt ans, mais c'est l'occasion unique de remettre en cause la façon dont nous fonctionnons en France. Nous devons remettre l'usine au centre de la chaîne de valeur pour développer la personnalisation produit et le sur-mesure, au même coût que la production de masse. »

Daniel Harari finit par mettre en garde les industriels contre la montée de la Chine et la mutation de son industrie : « Dire que fabriquer en Chine est moins cher n'est plus vrai. Mes ingénieurs en Chine sont mieux payés que ceux aux Etats-Unis ou en Europe. La Chine a mis en place son plan "Made in China 2025", visant à développer sa politique industrielle, et elle avance rapidement. »