

Les militantes du made in France

A Nuaillé, AD Confection milite depuis 2008 pour la défense du produit d'origine France. Le façonnier travaille désormais avec une créatrice parisienne engagée dans le même combat. Qui se ressemble...



Nuaillé, rue de Métiers, jeudi 17 juillet. Blandine Berjot, cofondatrice de la marque Orijns; Annie Pillet, technicienne et cofondatrice d'AD; Marie-Paule Beneteau, modéliste indépendante et Danielle Simonneau, administratrice et cofondatrice d'AD (de gauche à droite).

En confection, les ateliers toujours installés en France se comptent désormais sur les doigts de la main. AD Confection en fait partie. L'aventure a démarré en 2008 à Nuaillé avec des anciennes de chez NewMan (lire ci-dessous). La petite entreprise qui fait travailler aujourd'hui 13 salariées est pilotée par deux femmes énergiques et complémentaires : Danielle Simonneau, l'administratrice, et Annie Pillet, la technicienne. L'attelage tient le coup depuis six ans en dépit de passages difficiles.

Le 17 juillet, une jeune créatrice parisienne leur rendait visite. Blandine Berjot, a créé la marque Orijns avec son mari Bruno Louis. « Nous avons repéré AD Confection quand nous avons cherché des fabricants français pour nos produits. Nous voulions tout

faire fabriquer en France même si le prix devait être plus élevé. Il faut savoir ce qu'on veut » explique la créatrice qui « veut arrêter de culpabiliser avec les prix ».

« Il n'y a que le fil qu'on ne trouve plus en France »

Les chemises vendues sur le site Internet d'Orijns (plus de 80 % des ventes) sont vendues 120 € mais le client sait ce qu'il achète. Pas un bouton, pas une couture, pas une broderie qui ne soit pas 100 % française : « Il n'y a que le fil qu'on ne trouve plus en France mais en Allemagne et le coton évidemment. »

Entre les Choletaises et la Parisienne le courant a tout de suite passé. « Nous avons le même objectif. Sauver nos emplois et faire de la qualité »,

souligne Danielle Simonneau qui va fabriquer 150 chemises pour Orijns ainsi qu'un gilet molletonné pour l'hiver prochain. Que pensent-elles du logo made in France ? « Il ne veut pas dire grand-chose. Il suffit qu'une dernière transformation sur le produit, même minime, soit réalisée sur notre territoire pour avoir le droit de mentionner made in France. Il suffit de rajouter une étiquette. Je n'en veux pas aux Chinois mais plutôt aux grandes marques. Elles font fabriquer en Asie et réalisent une marge énorme qu'elles empochent », estime Blandine Berjot qui ironise sur la mention « Designé en France » que certains produits mettent en avant : « Cette mention est ma préférée ! Vous faites un joli dessin sur votre ordinateur, vous envoyez le tout aux Chinois et vous avez droit à cette appellation. »

Rien de tel avec Orijns. La petite marque qui monte commence à faire son trou dans le cercle restreint des « gaulois résistants » à la déferlante asiatique. L'an prochain, la créatrice espère ouvrir une boutique dans le Marais à Paris. Une première vitrine sur rue. « Les consommateurs apprécient notre démarche citoyenne. Ils nous encouragent, nous envoient des messages de sympathie quand ils passent commande. » Si le prix peut s'avérer dissuasif pour certaines bourses, il ne gêne pas ceux qui sont habitués aux marques : « J'ai quitté telle grande marque française bien connue pour acheter chez vous » nous a écrit récemment un acheteur. « Rien ne peut nous faire autant plaisir. »

La « chemise citoyenne » a sauvé AD Confection

AD Confection ne serait plus là aujourd'hui sans « la chemise citoyenne ». Elle a permis à la petite société de Nuaillé de surmonter la crise en 2009.

Cela fait partie des belles pages de l'histoire d'AD Confection. Danielle Simonneau raconte : « En 2009, alors que nous étions installées depuis un an, notre plus gros donneur d'ordre ne nous a plus donné de travail. Il a fallu que l'on trouve autre chose pour faire tourner l'atelier et payer les salaires. C'est à ce moment-là qu'on a eu l'idée de vendre nos propres chemises pour sauver nos emplois. » D'où le nom de « chemises citoyennes ». Vendues 60 € elles ont permis à la petite entreprise de passer le cap.

Des sacs, créés par les ouvrières, ont également été commercialisés sur le même principe, via le site Internet AD confection, dans les foires-expositions ou dans les offices de tourisme. Des produits portant l'étiquette « fabriqué à Nuaillé, Maine-et-Loire, France ». 200 commandes



Nuaillé, rue des Métiers, jeudi 17 juillet. Danielle Simonneau montre la chemise confectionnée pour les garçons bouchers des Pays de Loire.

ont été enregistrées dont plusieurs de Suisse et de Belgique.

Danielle Simonneau rend hommage à son ancien employeur. Sans le coup de pouce initial de New Man,

rien n'aurait été possible. L'atelier de Nuaillé vit grâce aux commandes de deux groupes importants : le groupe Zannier (IKKS...) à Saint-Macaire et le groupe Mulliez au Longeron.

Armor-Lux et les maîtres bouchers de la région sont également des donneurs d'ordre importants. AD Confection accepte tout à condition de ne pas travailler à perte, y compris des commandes sortant de la confection proprement dite : galettes en tissu pour les sièges d'un restaurant, habillage de sauts à champagne pour le festival de Cannes... Mais la commande la plus originale fut celle de la mairie de Rezé (Loire-Atlantique) pour laquelle les ouvrières ont fabriqué un bonhomme en tissu d'une dizaine de mètres de haut rempli de bouteilles plastiques. Ce « grand mannequin » était destiné à inciter les habitants au tri des déchets. Le chiffre d'affaires de l'atelier est aujourd'hui de 400 000 €. Plus de quatre fois le chiffre d'affaires de la première année.

Zone artisanale de la Caille, 2 rue des Métiers 49340 Nuaillé.

Tél. : 02 41 55 17 41.

contact@adconfection.fr

www.adconfection.fr