

LA NOUVELLE ÉCONOMIE INTERVIEW 1

Vendredi 18 Septembre 2015
L'HEBDO BOURSE PLUS N°809

Une initiative unique en faveur du Made in France

Cyprien Merian, directeur général de Mon Petit Polo Français : « Le coût du Made in France pourrait baisser si les charges baissaient et si le gouvernement se rendait vraiment compte des réalités de nos entreprises. »



Cyprien Merian est le cofondateur du site Mon Petit Polo Français qui propose une très belle gamme de polos, de marinières, de pulls et d'accessoires de mode 100% Made in France. Une approche qui mérite d'être saluée puisque le développement du site permet de sauvegarder de nombreux emplois dans le textile en France. Les produits sont magnifiquement dessinés et la qualité est irréprochable ! Pourtant, c'est loin d'être facile, comme nous l'explique Cyprien Merian, directeur général de Mon Petit Polo Français.

L'Hebdo-Bourseplus : Votre démarche est-elle celle d'un créateur de vêtements fabriqués en France qui distribue ses produits sur Internet, ou vous positionnez-vous comme un entrepreneur de l'Internet dont l'objectif est de favoriser le développement de produits français ?

Cyprien Merian : Ce sont deux approches complémentaires. Nous sommes d'abord une entreprise humaine, notre fierté n'est pas d'avoir un gros chiffre d'affaires, mais de faire travailler les artisans français. Nous permettons à des entrepreneurs de travailler et de développer un tissu industriel qui a disparu depuis vingt ans. C'était un vrai pari humain, parce qu'il fallait retrouver des artisans. On peut dire qu'il y a 6 millions de chômeurs et beaucoup de problèmes mais, si l'on ne fait rien, cela n'a pas de sens. Il faut agir. C'est parti d'un pari, lorsque des amis nous ont dit : «Vous n'y arriverez jamais !» On a relevé ce pari et, aujourd'hui, la société fête ses trois ans, c'est un pari en cours de réussite...

Comment fonctionnez-vous ?

C'est d'abord une idée de création de mode, avec mon associé, et nous travaillons avec une styliste qui nous donne un coup de main parce qu'elle aime le projet. Nous travaillons ensemble sur un patron, nous faisons des tests, nous réfléchissons ensemble, nous corrigeons les erreurs... Ensuite, on lance la fabrication d'un prototype que l'on va tester. Enfin, nous demandons à nos artisans de lancer une production, c'est généralement dans un délai d'un mois. Tout est fait près de Troyes pour le tissage, près de Saint-Étienne pour la broderie, et dans le Jura pour les boutons des polos. Nous rassemblons les talents pour aboutir à un produit entièrement fait en France, du tissage à la broderie.

La question qui revient en permanence est évidemment celle du prix : vos polos sont vendus 79,90 euros, ce qui se situe dans les tarifs du marché haut de gamme...

C'est le drame du Made in France ! En regardant nos prix, on se rend compte des marges extraordinaires de Ralph Lauren, par exemple, qui se situe dans la même gamme que nous, mais qui fait tout en Chine, ou de Vicomte Arthur, qui est dans la même gamme que nous, mais qui fait tout au Maroc... Donc, nos marges sont plus réduites, mais c'est possible ! D'ailleurs, nous ne sommes pas les seuls à le prouver. Nos marges sont moins importantes, cela coûte plus cher parce qu'il y a beaucoup d'impôts et beaucoup de charges, il faut travailler plus durement, mais c'est possible !

On ne vous trouvera donc pas dans les grandes surfaces...

Vous ne nous trouverez jamais dans les grandes surfaces, parce que cela ne correspond pas à notre éthique. En plus, dans un marché mondialisé, l'atout des artisans français, c'est le fait main, c'est la qualité, on passe trois fois le polo au lavage et il est toujours impeccable ! On ne va pas rivaliser avec une chemise faite en Chine ou à Taïwan, car on ne pourrait rien apporter de différent. Là, on importe un savoir-faire, le fait main, car il y a de vrais savoir-faire en France. Nos clients nous disent tous que c'est du haut de gamme. Cependant, nous ne voulons pas avoir des prix très élevés, c'est une volonté de notre part pour que nos produits restent accessibles. Tout le monde doit pouvoir porter du Made in France !

Votre logo est un avion qui rappelle l'Aéropostale et, évidemment, Saint-Exupéry...

Cela incarne la liberté à la française, c'est-à-dire le goût du risque. Faire du textile en France, cela fait rire beaucoup de gens, mais c'est possible, on est capable de le faire ! Impossible n'est pas français, c'est ce que symbolise notre logo.

L'achat par Internet représente 80% de votre chiffre d'affaires. Comment allez-vous étendre votre réseau de distribution ?

Nous vendons nos produits dans des boutiques du Made in France. On assiste aujourd'hui à un développement des boutiques spécialisées dans le Made in France, parce que c'est un vrai gage de qualité pour les clients. Aujourd'hui, on adorerait ouvrir notre propre boutique, mais cela coûte extrêmement cher. En attendant, notre objectif est de développer des partenariats, cela nous permet de nous faire connaître et de vendre nos produits. Par exemple, nous soutenons l'association SOS Chrétiens d'Orient, nous soutenons la course-croisière EDHEC, etc. Nous sommes toujours dans une démarche de partenariat humain, c'est-à-dire que le partenariat doit apporter à l'autre autant qu'à nous.

Ne craignez-vous pas qu'en étant distribués dans des boutiques spécialisées Made in France, vos polos soient achetés par le consommateur, dans son inconscient, comme s'il s'agissait d'un geste de soutien ? Ne serait-il pas judicieux de vous installer à côté de Lacoste ou de Ralph Lauren ?

C'est notre rêve ! On adorerait être distribué aux Galeries Lafayette ou au Bon Marché... Simplement, les marges prises par ces grandes sociétés ne nous permettent pas de gagner de l'argent. Par exemple, nous avons été en contact avec les Galeries Lafayette et la marge qu'ils demandent pour nous commercialiser nous fait perdre de l'argent. Toutes ces grandes enseignes ne proposent pas un modèle économique pour le « Fabriqué en France ». Par exemple, Ralph Lauren fait fabriquer son polo pour 2 euros et les Galeries Lafayette demandent 50% sur un prix de vente de 80 euros. Notre marge étant très minime, on ne peut pas se permettre de la sacrifier. Nous travaillons pour essayer de trouver une solution afin que tout le monde soit content... Maintenant, s'il y avait une vraie demande des consommateurs, ils réfléchiraient sans doute à cela. Il est aussi très important que les associations de consommateurs mettent la pression sur les grandes enseignes en leur expliquant qu'il est essentiel de favoriser le Made in France. Mais cela commence... Nous travaillons sur du long terme et je suis convaincu qu'un jour, nous feront concurrence à Ralph Lauren et à d'autres... Entre un Ralph Lauren fabriqué en Chine, avec un polo qui risque de décevoir, et nos polos qui sont vérifiés individuellement à la main, il n'y a pas photo... Si vous achetez notre polo aujourd'hui, dans trois ans vous l'aurez toujours !

Le Made in France devient-il un véritable atout auprès des consommateurs ?

Oui, cela change. La seule barrière reste le prix : les consommateurs ont tellement été drogués au pas cher Made in China, qu'ils ont énormément de mal à se dire qu'il faut qu'ils investissent plus. Pourtant, ils sont gagnants à long terme puisque nos vêtements tiennent beaucoup plus. Mais, sur le moment, c'est dur... Maintenant, le coût du Made in France pourrait baisser si les charges baissaient et si le gouvernement se rendait vraiment compte des réalités de nos entreprises. Un beau vêtement, cela coûte un certain prix, mais c'est sur du long terme.

Votre discours sur le poids des charges et de la fiscalité est-il compris par les politiques, ou est-ce toujours «Je vous ai compris, mais je n'ai rien fait...»

Nous avons rencontré beaucoup de politiques qui nous ont encouragés. Dans tous les partis politiques, ils disent tous qu'il faut continuer, mais dans les actes c'est plus difficile... D'ailleurs, la plupart des partis politiques ne se fournissent toujours pas en France ! Nous fournissons la boutique de l'Assemblée nationale depuis un mois et la négociation a été très difficile, parce qu'ils ne voulaient pas payer le prix du Made in France ! C'est comme les consommateurs, ils sont habitués au prix du Made in China, il y a un véritable travail d'éducation à faire sur la qualité et sur le prix de la qualité. Tous les politiques nous encouragent et Arnaud Montebourg a beaucoup contribué à la notoriété du Made in France, il ne faut pas lui enlever cela, mais dans les actes c'est autre chose... C'est d'ailleurs tout le problème de la France.

Propos recueillis par Yannick URRIEN