

Steffy-Sweetco

Deux visites pour commencer cette matinée de Vendredi 7 Avril 2017, facilitées par leur proximité dans Leers, et 19 fidèles au rendez-vous.

STEFFY, (nouveau nom **V2D** Vêtements de Dessous), <http://www.steffylingerie.com/> est créée en 1994 par Antony Toulemonde et n'était à l'origine qu'une société de **négoce et distribution** de lingerie. Le concept est simple : **proposer au plus grand nombre une lingerie tendance à prix compétitifs**.



En 2003, les fils du créateur reprennent le flambeau et pour mieux répondre au concept décident de **développer leurs propres collections**, entièrement conçues sur place en interne. Pour cela, ils investissent dans de nouveaux locaux et de nouveaux outils à Wattrelos.

On va donc visiter une **chaîne de création et de prototypage de lingerie** unique en France. STEFFY, emploie aujourd'hui 60 personnes.

Tanguy Toulemonde nous reçoit mais dans chaque atelier, il s'effacera pour laisser s'exprimer le responsable du secteur.

« Steffy » a défini plusieurs créneaux de clientèle et a créé une ligne de produits par créneau.

La ligne « **Steffy** » représente l'entrée de gamme et se place plus ou moins au 5^{ème} rang en volume en grande distribution.

La ligne « **Kookai** » est plus « mode » et plus raffinée. Elle soigne les détails. <http://www.kookai.fr/e-boutique/lingerie/lingerie>

La ligne « **Brigitte Bardot** » (lingerie et bain) est plus sexy, plus « rétro » (voire vintage ?) et comporte plus de satins. <http://brigitte-bardot-lingerie.com/fr>

La ligne « **Pomme Poire** » est réservée à la vente sur Internet. <http://www.pommpoire.fr>



A son propos, même les femmes présentes en ont appris sur leur anatomie, se classant inévitablement dans le genre « pomme » ou dans le genre « poire », mais de toutes façons, « à croquer » Mesdames... car tous les fruits ne sont pas défendus !

Il est très important pour les créateurs que chaque ligne reste bien identifiée et différenciée de ses voisines.

Mais il est temps de parcourir les ateliers !

Salle PRODUITS :

Flaurance nous accueille. On trouve là l'infographie qui travaille les dessins (4 personnes) et les stylistes qui conçoivent les formes (5 personnes). Laurence nous montre sa recherche en cours sur le thème de Versailles. Pas étonnant d'y trouver des éléments de dorures, des carrelages de l'époque qui l'inspirent dans sa création.



C'est le chef de produits qui coordonne les collections en lien avec les commerciaux et les stylistes. En amont, des cabinets de tendances censées « flairer » l'air du temps, les cahiers de coloris « tendance », orientent également les créateurs.

Le service achat matières (imprimés, dentelles, broderies) est également installé dans cette salle. En dentelle, seule la ligne la plus haut de gamme permet aux concepteurs de se « faire un peu plaisir » avec le Leavers.

Pour la teinture, la société s'adresse à l'atelier Crealine Color (ex annexe de La Caudrésienne, visitée en nov.2015) et pour l'impression à un sérigraphe.

Les couleurs susceptibles de bien se coordonner sont classées par armoire. Un point particulier concerne le teinturier. Un soutien-gorge étant constitué d'une trentaine d'éléments différents, **l'absence de métamérie dans les recettes de teinture de tous les composants est impérative !**

Imprimés, dessins de broderie ou motifs de dentelle, tout est imaginé par les équipes de style. L'atelier de création est en quête permanente des nouvelles tendances, de nouvelles sources d'inspirations, à la fois architecturales et artistiques. Pour créer plus de 100 nouveautés par an, STEFFY cherche et recherche, partout dans le monde, les modes de demain.

Salle MODELISME :

5 personnes y travaillent. Le but de cette étape est de **mettre en 3D des dessins 2D.**

Le **confort au porter** est d'une importance capitale pour la réussite d'un **soutien-gorge**. Contrairement au savoir faire de styliste ou d'infographie, il n'existe pas d'école de modélisme. C'est donc sur le terrain que les anciennes transfèrent leur « tour de main » aux plus jeunes.

Parmi les accessoires assemblés, il peut y avoir des coques, des armatures (les anciennes baleines). Le 1^{er} échantillon est généralement taillé en 90B. La société emploie 3 mannequins aux caractéristiques de poitrine différentes pour tester les prototypes. (Ils ne travaillaient pas ce jour là !)

Lorsque le produit est au point après maints allers et retours avec les tests au porter, l'étape patronage permet de définir la forme des éléments à assembler pour ensuite établir le barème. Vient alors la généralisation du modèle à toutes les tailles du 85A au 100E bien qu'un même style ne soit pas forcément à décliner pour toutes les tailles. On constate que les femmes à poitrine « généreuse » préfèrent un style plus classique. Enfin, la population féminine évolue et donc la répartition par taille.

L'atelier de fabrication :

Le prototype étant au point, c'est l'atelier qui va confectionner les petites séries d'échantillonnage aux clients. Ici, on recherche la **méticulosité** plutôt que la productivité pour que le produit présenté aux acheteuses soit le plus attirant possible. La faisabilité industrielle du produit y est également évaluée. Cet atelier « en France » permet enfin rapidement toute adaptation que l'acheteuse pourrait désirer.



La fabrication industrielle fait d'abord l'objet de nombreux échanges avec les usines d'Extrême-Orient qui assurent la production. Tanguy Toulemonde nous explique que la sous-traitance au Maghreb a été décevante en ce sens que ces pays se sont contentés de vendre « **pas cher des heures de main d'œuvre** », sans se soucier de faire évoluer le savoir-faire de leur personnel, contrairement aux Asiatiques et en particulier les Chinois qui bien qu'ayant commencé ces activités bien plus tard ont progressivement rattrapé leur retard technique et sont aujourd'hui parfaitement au point. Certes leur coût main d'œuvre n'est plus aussi avantageux, mais leur savoir-faire rend aujourd'hui leur remplacement difficile. D'autres pays sont néanmoins testés (Bengladesh).

Le stockage :

La qualité des fabrications chez les sous-traitants est contrôlée en Asie en cours et en fin de fabrication avant l'expédition des lots. Un climat de confiance s'est établi avec les 2 contrôleurs qualité chinois, lesquels assurent un excellent taux de fiabilité des produits.

Dans la bâtiment de 3000 m², 2 millions d'articles sont prêts à être distribués pour assurer les ventes et les réappro.

T. Toulemonde évoque les « Ventes Privées », qui assurent un écoulement extrêmement important d'articles sur une très courte période (jusqu'à 30 000 pièces en 5 jours pour Kookaï par exemple, articles souvent conçus et fabriqués spécialement mais dont les prix sont en fait « arrangés » avant le lancement des campagnes pour maintenir les marges entre fabricant et distributeur.



Le mauvais stock est écoulé en cassant les prix.

Et pour les bonnes affaires à prix réduits !!

http://www.cdiscount.com/pret-a-porter/lingerie-feminine/marques-lingerie/steffy/l-113051908.html#_his

ou <http://fr.shopping.com/steffy-lingerie/produits>

Nous quittons alors T. Toulemonde en le remerciant chaleureusement pour le temps qu'il nous a consacré et l'abondance des explications fournies car Sweetco nous attend déjà !

SWEETCO : <http://groupesweetco.com>

Martin BREUVART, Directeur associé nous consacre une bonne partie de sa matinée pour nous accueillir. Les murs de la salle d'accueil sont couverts de tableaux, elle est une salle d'exposition d'art. (Galerie du Château)





SWEETCO, société familiale créée il y a plus de 30 ans par 3 familles, (Devilder, Breuvert, Sobocki) a ses activités aujourd'hui réparties sur 4 sites et 2 continents.

24 millions d'euros de chiffre d'affaire pour environ 70 salariés en France et 100 en Pologne (mais aussi sous-traitance au grand import).

Son activité se divise en 4 créneaux dont 2 sont effectivement produits à Leers.

- Grand spécialiste français de **l'accessoire literie** (Sweet Home), protège matelas, sur-matelas, (oreillers et couettes en négoce) avec une production de 1,5 millions de protège matelas par an.
- Acteur majeur du marché de la **protection de la personne** (Manusweet) avec des produits de haute technologie, chaussures et gants.



- N° 1 européen de la **housse automobile** (marque DBS) et spécialiste des tapis auto en 1ère monte chez les constructeurs et en tapis pour la grande distribution spécialisée (Feu Vert ...)
- Premier fabricant français de **matelas bébé** et spécialiste des accessoires et de la protection en puériculture avec une production 100% française (Albatros).

Le site que nous visitons est installé dans l'ancienne usine Motte Bossut de Leers, et a fait l'objet d'une grande créativité architecturale pour susciter une ambiance très moderne et chaleureuse dans des locaux en sheds classiques. (C'est aussi beaucoup de frais d'entretien !). Il abrite les services mutualisés du groupe (Accueil, Services commerciaux, Comptabilité) et la production matelas, accessoires et puériculture.

A l'origine, c'est la fabrication de housse et tapis auto qui a constitué la première activité industrielle, orientée vers les marques de distributeurs avec fabrication 100 % française. A partir de 1990, cette activité a été transférée en Pologne pour des questions de coûts. Il fallait trouver une activité de remplacement. Comme l'usine savait découper et confectionner, la literie semblait indiquée. Par la suite, Sweetco a aussi développé le tapis de sol avec Sweetsol, aujourd'hui cédée.

Puis à partir des années 2003, le principe des enchères inversées a encore tiré les prix vers le bas, et même la Pologne n'était plus compétitive. Les fabrications de protection literie ont alors été progressivement transférées en Chine chez un acteur local fiable et fidèle. La protection literie a suivi à partir de 2004. Vers 2012, la société Albatros spécialisée en puériculture à Wasquehal est rachetée puis intégrée un peu plus tard à Leers.

La fabrication de **gants de protection** est importée d'Asie. Elle comporte les étapes de tissage, confection et enduction. <http://www.manusweet.com/>

La **chaussure de protection** est également importée et diffusée sous la marque Foxter. <http://www.foxter.fr/>

Martin BREUVART n'hésite pas à nous parler aussi d'expériences de diversification malheureuses avec les panneaux photovoltaïques.

Mais la visite commence : (12 000 m² de plain-pied)

Nous découvrons d'abord les bureaux, très « cosy », puis plusieurs magnifiques showrooms pour respectivement :

1) **l'automobile,**

Dans les bureaux attenants, les équipes chargées de la mise au point des housses doivent relever elles-mêmes les dimensions des sièges dans les concessions ! Suivent ensuite les étapes de patronage, confection, échantillonnage et numérisation sur table Lectra.



Le choix de la société a été d'abandonner les salons traditionnels très coûteux pour privilégier ces showrooms luxueux.



2) la literie (marques Auchan, Cora, Anne de Solène, Bouchara, Influx, Zodia). (Les couettes et oreillers sont en négoce.) voir les vidéos sur <http://groupesweetco.com/videos>

3) la puériculture (marques Aubert, Bébé9, Orchestra, Youpidoo)

Dans l'atelier, on longe les machines à molletonner/matelasser, les lignes de découpe en continu, puis les automates de couture. Peu de ménagères avaient déjà vu des machines à coudre inclinées à 45° !

L'assemblage des différents constituants aboutit au matelas fini.

On termine par l'atelier d'emballage avant de retrouver les bureaux où l'on aperçoit le studio photo, utilisé par les clients pour réaliser les montages de leurs catalogues.

Dans ces « vieux murs », nous avons découvert une entreprise moderne, attentive à ses marchés, prête à exploiter toute opportunité. Le management s'y veut également participatif et conscient qu'une bonne ambiance de travail contribue à de bonnes performances du personnel avec l'existence de 3 cuisines, d'une crèche de 10 lits, (<http://www.crechesetmalices.com/testimonial/194>) et d'une très belle salle de sports au beau milieu des ateliers. Bien intégrée dans son environnement, la société héberge également 3 ruches.

Un grand merci à Mr Brevart pour son accueil et sa disponibilité avant de nous retrouver au restaurant Le Grain d'Orge.

Prochaine visite, la centrale électrique gaz de BOUCHAIN, le 4 mai 2017

Ph.Leleu (pour le compte-rendu)

mais visite et repas entièrement organisés par Bernard VERGAERT