

Artisans sortent de l'ombre



Atelier F & B



Camille Fournet



Barker Black

Marchand
Drapier

MODE HOMME

Que ce soit dans le domaine du prêt-à-porter ou dans les accessoires, de plus en plus de fabricants lancent leur propre marque.

LES MARQUES récentes ont parfois beaucoup plus de métier que leur jeunesse ne le laisserait supposer. Ainsi les cravates Atelier F & B, qui ont fait il y a peu leur apparition dans les rayons des grands magasins, sont réalisées par Anthime Mouley, l'ultime artisan indépendant qui les façonne à la main dans l'Hexagone. Fondée sur les rives françaises du lac Léman en 1919, cette manufacture, qui détient la licence des cravates Lanvin (depuis 1960) ainsi que celles de Cerruti, Nina Ricci et Dormeuil, mise tout sur son savoir-faire pour développer son propre business à l'heure où la cravate revient à la mode. « Cette collection Atelier F & B rassemble le meilleur du style, de la tradition et de la qualité », assure François Vinas, son PDG.

En 2007, Anthime & Mouley n'est pas le seul artisan à vouloir se faire une petite place au soleil avec une collection en nom propre. On recense aussi Quai de Valmy et Marchand Drapier en prêt-à-porter masculin, Jean Rousseau et

Camille Fournet au rayon maroquinerie, De Percin et Valmont dans les bijoux pour homme et, outre-Manche, Barker Black dans les souliers (voir ci-dessous). « Les fabricants sont dépendants de leurs clients, généralement des grandes maisons qui ne cessent de leur mettre la pression, explique le directeur artistique Emmanuel Dietrich qui s'est associé au fabricant d'alliances Orest pour lancer le label Valmont, au design masculin très contemporain. Créer leur propre marque leur permet de se développer sur un autre axe et d'assurer leurs arrières. » La parfaite connaissance du secteur les amène d'ailleurs à positionner impeccablement leur collection de manière à combler un vide du marché avec un style précis et un rapport qualité-prix étudié. Ainsi, les cravates Atelier F & B avoisinent les 80 €, alors que celles des grandes maisons se situent généralement à plus de 100 €.

« En voyageant dans le cadre de mon métier de négociant en tissus, je me suis rendu compte que la notion de « made in France » avait



Valmont

encore la cote dans le monde, explique pour sa part Benoît Carpentier, dont la famille pratique le commerce des étoffes depuis cinq générations et qui a cofondé avec son épouse, en 2006, la marque de prêt-à-porter Marchand Drapier. Cette collection a été pensée comme un vestiaire complet pour homme, délibérément pas rock'n'roll comme partout ailleurs. Nous avons préféré dépoussiérer des classiques, ajouter des pointes de fantaisie, travailler sur le bien aller et le confort, garantir l'origine de notre fabrication et l'exclusivité de nos tissus, car il est de plus en plus fréquent que les consommateurs retrouvent les mêmes étoffes chez des enseignes de grande distribution... »

Une stratégie de marque

Spécialisée dans la fabrication de bracelets de montre depuis 1945, la société Camille Fournet a également cherché à se distinguer de la concurrence dès sa première collection de maroquinerie en faisant appel à des stylistes pointus du secteur, à savoir Stéphane

Verdino pour la ligne femme et Florian Denicourt qui a imaginé quatre modèles de sacs masculins avec des détails détournés de bracelets de montre. La démarche de cette société de Romans s'apparente à celle du tanneur Perrin qui a lancé sa marque en 2006 avec le concours de quatre designers. Celle de Marchand Drapier évoque plutôt les débuts de grandes griffes de prêt-à-porter masculin comme Ermenegildo Zegna, Cerruti ou encore Dormeuil, qui se sont fait un nom dans la mode, après une carrière dans les tissus.

Dans le secteur de la chaussure, Paraboot et Heschung ont également été des fournisseurs pendant de longues décennies avant d'adopter une stratégie de marque. Quant au nouveau label de prêt-à-porter Quai de Valmy, il est édité par le fabricant de la marque de vêtements en peau Séraphin. À travers ce nouveau projet, l'idée est de proposer des basiques dans des matières naturelles d'exception, un savoir-faire qui a fait la renommée de cet artisan parisien, qui collabore par ailleurs avec de nombreuses grandes maisons.

FRÉDÉRIC MARTIN-BERNARD

Plus de mode sur
www.lefigaro.fr/madame