

Textile : le défi immense du made in France

Publié le 03/05/2024 22:23



Article rédigé par France 2 - N. Fleury, M. Niewenglowski, E. Stervinou, P. Aubert, E. Piquereau, Y. Blombou
France Télévisions



JT de 20h
France 2

Des entreprises françaises ont fait le choix du made in France face à la concurrence des plateformes de fast fashion et aux productions indiennes ou chinoises. Un marché de 35 milliards d'euros au cœur duquel quelques petits fabricants tricolores tentent d'exister.

Au pays des grands couturiers, l'étiquette made in France est rare. Neuf consommateurs sur dix assurent vouloir acheter français, mais le prix est un

frein. Dans un atelier près de Paris, le Slip français, numéro un du prêt-à-porter français, fait fabriquer ses sous-vêtements. Son créneau ordinaire : le slip haut de gamme. Mais depuis quatre ans, la marque perd 10% de son chiffre d'affaires chaque année. Pour réduire les coûts, elle utilise moins de coloris, et la conception est simplifiée. Moins de 100 000 pièces de sa nouvelle collection, moins chère, ont trouvé preneur. Onze ans après la fondation de l'entreprise, c'est la dernière chance pour la rendre pérenne.

Le secteur a du mal à être pérenne

Le made in France représente 3% des ventes de vêtements. L'an dernier, un sous-traitant du fabricant de jeans français 1083 dépose le bilan. Il perd 10% de chiffre d'affaires sur l'année. Produire en France lui coûte 4 à 6 fois plus cher qu'en Asie. Pour proposer des jeans à partir de 100 euros, il doit rogner sur son budget marketing. Le secteur du prêt-à-porter français appelle le gouvernement à apporter plus d'aides.