

Armor-Lux optimise sa logistique pour accompagner son essor

Le spécialiste breton du prêt-à-porter et des vêtements professionnels engage un investissement de 18 millions d'euros dans une plateforme de logistique à Quimper, dans le Finistère. Il renforce par ailleurs son réseau de points de vente.



En construction à proximité immédiate de l'usine du groupe, la plateforme logistique sera opérationnelle au début de l'été. (Armor-Lux)

Par [Stanislas du Guerny](#)

Publié le 15 mars 2022

L'année 2021 a été faste pour [Armor-Lux](#). Le fabricant breton de prêt-à-porter et de vêtements professionnels affiche une croissance de 7 % et dépasse la barre des 100 millions d'euros de chiffre d'affaires. Pour accompagner ce développement, il vient de lancer un investissement de 18 millions d'euros afin de créer une plateforme de logistique de 18.000 m². En construction à Quimper (Finistère), à proximité de l'usine du groupe et de son siège social, elle sera opérationnelle au début de l'été. Armor-Lux partage l'investissement avec l'entreprise rennaise du bâtiment Legendre qui se charge de réaliser l'entrepôt.

« Ce futur outil nous fera gagner en efficacité », affirme [Jean-Guy Le Floch](#), le PDG du groupe qui confectionne des vêtements en maille d'inspiration marine, mais aussi des pulls tricotés ou des chemises. Pour l'heure, Armor-Lux stocke ses produits finis dans plusieurs espaces loués à Quimper et ses alentours, ce qui lui fait perdre du temps.

Tenue des postiers

Le groupe a d'autant plus besoin de surfaces supplémentaires qu'il étoffe son réseau de magasins. Il en compte désormais 90, exploités essentiellement en succursales - seuls une dizaine étant sous la forme de contrats d'affiliation. Après avoir ouvert 10 points de vente en 2021, d'autres nouveaux magasins sont annoncés cette année à Dijon, Aix-en-Provence ou sur l'île de Ré, ainsi qu'à Beauvoir sur 900 m², près du Mont-Saint-Michel.

60 % des activités du groupe familial se concentrent sur la vente des gammes de prêt-à-porter, en boutique, mais aussi à partir du site d'e-commerce. Celui-ci dégage une recette annuelle d'un peu plus de 10 millions d'euros. « Nous avons en projet la mise en ligne de l'ensemble du stock », indique Jean-Guy Le Floch.

Les 40 % restants sont générés par les contrats décrochés sur appel d'offres pour la fabrication de tenues d'entreprise. [Armor-Lux](#) habille le personnel de la SNCF, mais aussi les postiers moyennant un marché annuel de « 6 millions d'euros jusqu'en 2026 ».

Malgré ces perspectives encourageantes, Jean-Guy Le Floch est inquiet pour 2022, entre la [hausse du prix des carburants](#) et des matières premières comme la laine, l'inflation ou la guerre en Ukraine. Le dirigeant craint « un tassement de la consommation ».