

## Le défi du jean à 59,59 euros fabriqué dans le Nord

FashionCube a ouvert une usine de jeans à Neuville-en-Ferrain, dans le Nord, pour fournir les magasins Jules et Pimkie. Les premières livraisons sont prévues fin avril.

Par [Juliette Garnier](#)

Publié le 6 avril 2022

Le ronron des machines à coudre Brother est irrégulier. La machine à laver ne tourne pas encore. Celle de délavage n'est pas branchée. Mais déjà une vingtaine de couturières sont à leur poste dans l'usine de confection de jeans de FashionCube inaugurée mardi 5 avril, à Neuville-en-Ferrain (Nord). La structure, qui chapeaute les enseignes d'habillement Jules, Pimkie, Bizzbee, Grain de malice et RougeGorge Lingerie, a porté trois millions d'euros d'investissement dans ce FashionCube Denim Center, avec le soutien des collectivités locales.

Son président, Erwan Punelle, rappelle combien « *il a fallu un peu de folie, de courage et de détermination* » pour faire sortir de terre cette usine, dans l'un des berceaux du textile en France que des années de délocalisation ont sinistré. Et surtout s'imposer de confectionner ce pantalon, dans une toile de coton et de polyester recyclé, tissé en Turquie, pour atteindre un prix de vente de 40 à 60 euros en magasin.

Les premiers jeans fabriqués à Neuville-en-Ferrain seront livrés fin avril à l'enseigne Jules, qui, avec Celio, se dispute la place de numéro un des vendeurs de mode masculine en France. Baptisé le « Cinq Neuf », il sera vendu au prix de 59,59 euros.

### Modèle dit « éthique »

Rencontrera-t-il son public ? Le marché français du jean est dominé par deux acteurs : l'américain Levi's, première marque de cinq-poches, et Kiabi, premier circuit de vente de jeans, qui, avec des prix plancher de l'ordre de 10 euros, rafle près de 9 % des volumes dans l'Hexagone. Grâce à une production majoritairement en Asie, le « *prix moyen d'un jean pour hommes est de 32,20 euros* », ajoute Hélène Janicaud, responsable des études chez Kantar sur le marché de l'habillement.

En dépit de l'importance des petits prix, les dirigeants de Jules estiment que le client français est désormais prêt à dépenser plus pour réduire son empreinte environnementale grâce à « *une fabrication française et une meilleure qualité* ». Pimkie devrait suivre en fin d'année.

Les marques 1083 et Atelier Tuffery ont ouvert la voie pour ce jean fabriqué en France, avec des modèles vendus à plus de 100 euros. D'après Kantar, 16 % des acheteurs ont porté leur choix sur un modèle dit « éthique », c'est-à-dire fabriqué dans un coton bio en 2019. « *En l'espace de deux ans, le nombre de consommateurs pour ces modèles a été multiplié par trois* », estime M<sup>me</sup> Janicaud.

Dès lors, le pari de Jules serait moins risqué qu'il n'y paraît. D'autant que l'enseigne aux 450 magasins écoule déjà des modèles à 49 euros. Les clients « *seront prêts à mettre 10 euros de plus pour un jean fabriqué en France* », estime Erika Joffrin-Cadix, directrice de l'offre au sein de l'enseigne. « *Il faudra du temps. C'est tout un enjeu pédagogique pour faire comprendre l'intérêt d'acheter du made in France* », admet Jean-Christophe Garbino, directeur général de FashionCube.

FashionCube n'est pas le seul distributeur à devenir un fabricant. L'enseigne germano-néerlandaise C & A, poids lourd de l'habillement à petits prix en Europe, a ouvert une usine à Mönchengladbach, en Allemagne, fin 2021. En mars, elle a produit sa première collection de jeans dits « durables », au prix de 59,99 euros.

## Emploi de robots

A terme, l'usine de Neuville-en-Ferrain pourrait produire 1,2 million de pièces par an, grâce à trois équipes de production, contre 410 000 avec une cinquantaine d'employés à la fin de 2022. Actuellement, ce volume de production ne représente toutefois que 6 % des ventes totales de jeans au sein des différentes enseignes de FashionCube, qui exploite 2 300 magasins dans le monde et génère 1,5 milliard d'euros de chiffre d'affaires.

Le fabricant pourrait à l'avenir fournir d'autres chaînes détenues par l'Association familiale Mulliez (AFM). Auchan ? Kiabi ? Decathlon ? « *Et d'autres aussi, en dehors de celles de l'AFM* », assure Christian Kinnen, directeur du FashionCube Denim Center. La viabilité du projet tient notamment à l'emploi de robots lors de la coupe des toiles, de la broderie et de la couture de certaines pièces, dont les poches arrière et la braguette.

Des investissements que M. Kinnen entend rentabiliser en augmentant la production. « *Et en faire bénéficier les employés par une meilleure rémunération* », précise-t-il. Ces machines permettent aussi de former plus rapidement des salariés à la confection que les machines à coudre d'antan. Le « *14 mars* », Fatima Benbouzid, qui réside à Roubaix, a ainsi signé son « *premier CDI* » quelques jours avant ses « *60 ans* » et ce, alors qu'elle ne savait pas coudre. De formation dactylo, cette ancienne préparatrice de commandes en entrepôts avait toujours travaillé pour des missions d'intérim.