

Le Dauphiné Libéré
Quotidien Régional – Mercredi 29 décembre 2015
 Economie - Romans

le dauphiné
 LIBÉRÉ

ÉCONOMIE | La marque de vêtements faits en France veut encore rapprocher le consommateur du producteur

1083 lance le jean connecté

Savez-vous qui a coupé, tissé, contrôlé ou expédié votre jean ? Si vous portez un "1083" acheté récemment, il vous suffit de flasher avec votre smartphone le "QR code" présent sur l'étiquette pour voir apparaître le visage de tous les acteurs de la confection de votre vêtement, leurs noms et celui de leur entreprise. Une des nombreuses idées de la jeune entreprise romanaise Modetic, qui défend corps et âme le "made in France" pour promouvoir le savoir-faire français.

« C'est à cause de la distance entre le consommateur et le fabricant qu'on ne se rend pas compte des conditions sociales et environnementales de production », souligne Thomas Huriez. « Nous essayons de valoriser les travailleurs, la qualité de leur savoir-faire, pour montrer aux gens, et notamment aux jeunes, que l'industrie, c'est cool ! »



Thomas Huriez présente son "jean connecté" dont l'étiquette, située à l'intérieur de la poche et munie d'un QR code, permet de découvrir les visages, noms et entreprises de tous les acteurs de sa fabrication. À noter que dans le magazine "L'Obs" de cette fin d'année, on découvre les personnalités "qui vont faire 2016", parmi lesquelles Hillary Clinton, Alain Juppé et... Thomas Huriez, vu par Arnaud Montebourg ! LeDUF.L.

1083 EN BREF

CRÉATION

Société Modetic en 2007, marque 1083 (jeans et chaussures) en 2013.

EFFECTIF

17 personnes aujourd'hui, + 2 en janvier.

SIÈGE

49 av. Gambetta, Romans.

POINTS DE VENTE

14 en France, dont deux boutiques propres à Romans et Grenoble.

CHIFFRE D'AFFAIRES

Près de 2 millions d'euros prévus en 2015, contre 1 million en 2014 et 200 000 € en 2013.

PRODUCTION ANNUELLE

Entre 12 et 15 000 jeans. Mais aussi les chaussures, faites à Romans.

Un outil de traçabilité

Si la démarche du "jean connecté" s'inscrit parfaitement dans la volonté de l'entreprise d'impliquer le consommateur dans son acte d'achat, elle répond aussi à une logique purement industrielle. « On a eu une fois un problème sur un lot de denim, mais on n'avait pas suffisamment de traçabilité sur les jeans pour savoir les-

quels étaient concernés, explique Thomas. Avec le QR code, qui remplace le numéro de série, on a toutes les informations nécessaires ». Pour l'heure toutefois, ce code ne renvoie qu'à un contenu type, mais l'outil informatique permettant de l'adapter totalement à chaque jean devrait être prêt dans les prochains mois.

Floriane LIONNET

De nouveaux locaux... et activités

Face à son succès fulgurant, la petite entreprise de Thomas Huriez, installée dans une bâtisse familiale de 240 m² en centre-ville, commençait à se trouver à l'étroit. Modetic a donc décidé de louer les 900 m² de l'ancienne boutique Zeeman, toujours sur l'avenue Gambetta, pour y stocker ses jeans sur de belles étagères rouges à son image. Le local accueillera également l'atelier de prototypage, mais pas seulement. « Nous avons le projet de réaliser la préparation de la coupe ici (tracé, etc.), avant d'envoyer le denim à notre atelier de Marseille, annonce Thomas Huriez. On investira peut-être ensuite dans du matériel pour la finition des jeans (délavage notamment) ». Une façon de remplacer l'atelier marseillais ? « Le but n'est pas de faire à leur place mais d'être complémentaire pour augmenter la productivité, précise le Romanais. On veut réinvestir dans le textile, qui a été délaissé en France, pour créer de l'emploi ». En outre, 1083 veut faire de cet atelier romain une sorte de "show-room" de l'industrie textile ouvert au public pour valoriser ce savoir-faire. L'entreprise a d'ailleurs racheté un métier à tisser pour l'exposer.

Des bornes interactives développées par IPM



Alexandra Nallet-Didier, responsable marketing et communication chez IPM France, teste la borne conçue pour 1083. LeDUF.L.

C'est un beau projet né d'une rencontre... dans un train ! C'est là que Thomas Huriez et les dirigeants d'IPM France, société romanaise spécialisée dans la fabrication de bornes interactives, ont compris qu'ils devaient travailler ensemble. « On a joué sur le fait qu'ils fabri-

quent des bornes, et que notre slogan est "1083 - born in France" », raconte Thomas Huriez. De là est née l'idée d'une borne interactive pour les boutiques 1083.

Pour IPM France, c'est une première qui peut être transposable à d'autres magasins. Grâce à un logi-

ciel conçu par la société lilloise Taktus, l'entreprise romanaise a fabriqué une borne qui permet de scanner le QR code du jean pour livrer toutes les informations sur sa conception, de la même manière qu'un smartphone, mais aussi de scanner un bon ou une carte de fidélité pour récupérer un vêtement qu'on aura réservé auparavant sur Internet pour l'essayer, rechercher des produits assortis, payer, ou encore, pour des bornes qui seraient installées dans les cabines d'essayage, envoyer un message aux vendeurs pour obtenir son modèle dans une autre taille. De multiples fonctionnalités qui devraient séduire les adeptes du shopping.

« Pour l'instant la borne n'est utilisée que sur les salons en démonstration, mais plus tard on pourra l'utiliser dans les magasins », précise Thomas Huriez.

F.L.