

50 000 slips en pré-commande pour réaliser l'exploit industriel

En marge du 14 juillet, Le Slip Français lance une grande opération pour défendre le «Made in France» avec la pré-commande de 50 000 slips pour produire le plus gros volume industriel tricolore depuis des années.

Temps de lecture : minute

18 juillet 2023

Depuis 2017 et son arrivée à l'Élysée, Emmanuel Macron ne cesse de clamer son ambition de faire à nouveau de la France une grande nation industrielle. Et ce n'est pas la pandémie de Covid-19 qui a changé la donne, bien au contraire. Étant donné que la crise sanitaire a mis en lumière la forte dépendance de l'Occident à l'Asie, le président de la République a placé la reconquête industrielle du pays au cœur des plans France Relance et France 2030.

Mais bien avant l'arrivée au pouvoir d'Emmanuel Macron, Guillaume Gibault avait pris les devants en prônant une production 100 % française en lançant sa marque Le Slip Français dès 2011. Depuis, la question de la relocalisation de la production s'est imposée à toutes les industries au-delà du textile, au point de devenir cruciale durant la crise sanitaire. Face à l'engouement pour le "Made in France", Le Slip Français, de par son expérience en la matière, avait décidé l'an passé de lancer Les Ateliers du Slip, son service d'accompagnement des entreprises à la relocalisation. Et pour cause, Guillaume Gibault estimait que "*les planètes sont alignées pour la relocalisation de l'industrie textile*", dans un contexte où "*l'avantage prix d'une fabrication délocalisée a considérablement diminué ces derniers mois*" en raison de "*la hausse du*

coût de l'énergie et des transports".

"50 000, c'est un point de départ"

En lançant cette initiative, Le Slip Français s'est ainsi positionné en partenaire des entreprises dans l'industrie textile qui souhaitent relocaliser leur production dans l'Hexagone. Mais en marge du 14 juillet, jour de la fête nationale, Guillaume Gibault a décidé de pousser le curseur un cran plus loin en annonçant une opération d'envergure qui vise à lancer en production le plus grand volume industriel français depuis 30 ans. Un pari audacieux pour lequel la marque tricolore a besoin d'atteindre les 50 000 pré-commandes sur une période de seulement 14 jours du 18 au 31 juillet. Les premières livraisons devraient intervenir début octobre et la marque s'engage à livrer tout le monde avant la mi-décembre. Ce chiffre est certes élevé, puisqu'il représente 8 % de la base client du Slip Français, mais pas insurmontable compte tenu du fait que la société a fabriqué plus de 500 000 pièces l'an passé, soit plus de 40 000 par mois.

Pour atteindre cet objectif, la marque a décidé de diviser son prix de vente par deux pour proposer un slip 100 % français à 20 euros. *"Depuis 12 ans, le prix est le principal sujet du Made in France"*, relève Guillaume Gibault. Mais si ce prix plus accessible est évidemment un levier pour doper l'attractivité de l'opération, l'entreprise n'y perd pas pour autant sur le plan économique, puisqu'un volume de 50 000 slips lui permettrait de rationaliser la fabrication et donc de baisser les coûts de production. *"Plus c'est large, plus on peut descendre le prix"*, confirme le patron de la DNVB tricolore. Avant d'ajouter : *"On s'est dit qu'il fallait engager un volume 20 fois supérieur aux volumes habituels. Avec une série de 50 000 slips, notre partenaire Eminence peut organiser son atelier de manière spécifique pour cette commande, beaucoup plus organisée et*

industrielle."

Si l'objectif est atteint, ce serait ainsi *"un exploit industriel local pour montrer qu'ensemble on peut rendre la fabrication locale plus accessible, créer de l'emploi et minimiser l'impact carbone"*, estime Guillaume Gibault. *"50 000, c'est un point de départ. Si on y arrive, nous partirons sur d'autres produits ou sur des volumes plus élevés"*, ajoute-t-il. Un tel accomplissement servirait de rampe de lancement idéale pour Le Slip Français dans l'optique de la Coupe du monde de rugby et des Jeux olympiques de Paris 2024, deux événements propices à la mise en avant du "Made in France" et pour lesquels la marque tricolore détient des licences pour réaliser des collections dédiées. Dès cet automne, le coq devrait ainsi se faire entendre aux quatre coins du globe !



À lire aussi

Le Slip Français lance Les Ateliers du Slip, le service de conseil en relocalisation



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Maxence Fabrion