

Mulliez-Flory. 5 M€ investis dans une plate-forme logistique à La Verrie

● **TEXTILE** Fabricant de vêtements professionnels, le Choletais Mulliez-Flory investit cinq millions d'euros dans un nouveau site logistique dans le bocage vendéen. Soucieuse de maîtriser toute la chaîne de valeur, de la conception à la livraison, la PME pourrait doubler le site à court-terme.

La grue est visible, de loin, sur cette zone industrielle vendéenne, située au bord de l'autoroute A87, sortie La Verrie - Le Puy du Fou, en direction La Roche-sur-Yon. Les travaux de la future plate-forme logistique HQE de Mulliez-Flory, qui s'étendra à 6.000 m² et culminera à 13 mètres de haut, ont débuté en septembre, sur le Vendéopôle du Pays de Mortagne-sur-Sèvre. A sa livraison en mai 2016, le fabricant de vêtements professionnels [270 salariés en France] disposera d'une capacité de stockage de huit millions de vêtements. L'investissement s'élève à cinq millions d'euros, bâtiment et terrain compris (25 hectares au total). Exit le projet d'extension de son siège du Longeron dans le Maine-et-Loire. La plate-forme regroupera son actuel site de Mortagne, celui du Longeron

(qui conservera un espace logistique pour le secteur santé) et la gestion de stocks jusqu'ici externalisés chez Le Roy Logistique aux Herbiers. L'opération aura été rapide. Permis de construire obtenu en un mois, travaux lancés un peu plus de quatre mois après la décision de construire... « ça c'est la Vendée » s'est amusé le dirigeant de Mulliez-Flory, Jacques Gindre, lors de la pose officielle de la première pierre, fin octobre.

Extension prévue

Le président du directoire du groupe s'est montré ambitieux, évoquant « un doublement prévu du site, avec 6.000 m² supplémentaires », bientôt ajoutés à moyen-terme, voire à court terme. Un second chantier estimé à deux millions d'euros. Côté emploi, le site réunira environ 35 salariés au démarrage, avec une perspective de



Jacques Gindre, dirigeant de Mulliez-Flory. Le fabricant choletais investit 5 millions d'euros dans la construction d'une plateforme logistique de 6.000 m² à La Verrie, en Vendée. Un site qui devrait être doublé rapidement pour une nouvelle enveloppe de 2 millions d'euros.

15 à 20 créations de postes suite à l'extension.

De la conception à la livraison

Si le futur équipement offrira la possibilité à terme « de doubler le chiffre d'affaires et les volumes », il a aussi valeur de symbole.

Il illustre en effet la stratégie d'activité 100% intégrée, de la création [« le style »] et du bureau d'étude, jusqu'aux prototypes, à la confection réalisée dans trois usines en propre en Tunisie notamment ou en Asie, la logistique pour livrer le client, le SAV, la communication... « Mulliez-Flory maîtrise l'ensemble de la chaîne de valeur », souligne Jacques Gindre. Sur ce point, on peut dire qu'on est atypique. Cela évite les cumuls de marges liées à la sous-traitance et qui se retrouvent dans le prix de revient du produit.

Autre intérêt, garder un contact étroit avec le client final « car quand vous collez à leurs besoins, ils ne veulent

plus vous lâcher », explique le dirigeant.

Figurant parmi le top 3 du vêtement professionnel, sur le secteur privé (un marché qu'elle estime à 600 M€), la PME fondée en 1824 a pris un virage il y a dix ans. Passée de 430 salariés français en 2000 à 150 en 2003, elle a depuis opéré une restructuration, intégré davantage d'étapes de la chaîne du textile, en rachetant au passage des sous-traitants en Tunisie (450 salariés aujourd'hui), et en s'orientant vers du textile plus high-tech. Depuis les effectifs français sont repartis à la hausse. Jacques Gindre, qui « n'a jamais connu de perte d'exploitation » depuis son arrivée à la tête du groupe il y a 17 ans, dispose aujourd'hui de 22 millions d'euros de fonds propres. Et ambitionne de franchir la barre des 100 millions d'euros de chiffre d'affaires d'ici à 2020. Une croissance externe est envisagée.

1,5 million de personnes

habilitées par le Choletais

Produisant 7 millions d'articles par an, le Choletais habilite pas moins d'un million et demi de personnes. Ses références s'étendent des vêtements de travail des salariés de Peugeot ou Michelin, jusqu'à ceux de Système U, ou encore d'Intermarché, de EDF et des équipes du château de Versailles (trois derniers contrats signés en 2015). De l'ensemble avec tablier et toque pour les bouchers de grande surface aux costumes et tailleurs de luxe... A noter que 30% du chiffre d'affaires concerne le secteur de la santé, [drapeaux de lits, taies d'oreillers, vêtements des personnels hospitaliers...].

Gros appels d'offres publics en vue

Pour croître, l'entreprise de textile marche essentiellement sur deux pieds. Notamment sur des applications high-tech [voir encadré], du textile connecté et intelligent, mais aussi sur la chasse aux grands

appels d'offre publics, comme ceux de la gendarmerie ou de la police. Elle habilite déjà des chauffeurs, contrôleurs et personnels de maintenance de la RATP. Un nouveau gros contrat de ce type pourrait déclencher l'extension de la plate-forme vendéenne. « Certains donneurs d'ordre nous demandent: comment vous allez faire, si on vous passe une commande massive? Leur répondre qu'on dispose de 6.000 m² et demain 12.000 m² de logistique rassure, explique Jacques Gindre. Sachant qu'on peut être réactif. Si demain on décide d'étendre, en trois mois le bâtiment sort de terre... »

Florent Godard

MULLIEZ-FLORY

(Le Longeron)
Président du Directoire :
Jacques Gindre
750 salariés
63 M€ de CA
Tél.: 02 41 63 78 10
www.mulliez-flory.fr

● EN BREF

Qowisio

Des effectifs doublés fin 2015

La start-up spécialisée dans les réseaux sans fil à bas coûts pour connecter les objets entre eux, a quitté son site d'Andard pour s'installer à Gare+ dans le bâtiment Lineo. Les nouveaux locaux accueillent les équipes R&D, marketing et commerciale de la société, tandis que l'activité production est désormais hébergée à la Cité de l'objet connecté. D'ici à la fin de l'année, Qowisio prévoit de doubler ses effectifs pour atteindre 50 collaborateurs, puis 70 à l'horizon 2016 et table sur un chiffre d'affaires de 140 M€ en 2020. L'opérateur, qui a réalisé une levée de fonds de 10 M€ en juin dernier afin de lancer son premier réseau public bas-débit et longue portée en France, annonce déjà une prochaine levée de fonds pour accélérer son déploiement.

G2M. Emmanuel de Villiers prend la direction du groupe

Le fabricant saumurois de matériel pour les orthoprothésistes vient d'être cédé à Emmanuel de Villiers, frère de Philippe de Villiers et ancien P-dg de l'Orfèvrerie d'Anjou et du groupe Kolmi Hopen à Saint-Barthélemy d'Anjou. Il succède à Michel Guérin, fondateur de ce groupe qui emploie 50 collaborateurs pour un chiffre d'affaires de 7,6 M€ en 2014. Le nouveau dirigeant entend poursuivre le développement de G2M à travers ses différentes branches d'activités en incluant la filiale Moulvy, créée en 2013, qui propose une gamme de produits destinés à favoriser l'accès aux loisirs pour les handicapés et les personnes à mobilité réduite. Il ambitionne également de poursuivre la croissance du groupe à l'international (environ 20 % du chiffre d'affaires actuellement).

L'innovation au cœur de la stratégie

Pour rester dans la course et stimuler sa croissance, le fabricant du Longeron mise sur l'innovation, notamment avec de nouveaux produits "smart textiles", seul ou en collaboration avec des partenaires fabricants/distributeurs et des organismes du textile professionnel (notamment l'IFTH, l'Institut français du textile et de l'habillement).

Le SEM, un système de mesure des mensurations à distance

Première nouveauté, actuellement en phase test chez Mulliez-Flory : le SEM ou Système Expert Mensuration, conçu avec plusieurs partenaires, est destiné à déterminer la taille vestimentaire d'une personne à distance. Des mesures virtuelles prises à partir d'un scanner corporel 3D

intégré à un smartphone ou via un appareil photo associé à un module de CAO. Il suffit de se faire photographier de face et de profil (on pourra le faire chez soi), l'appel permet de retranscrire les mensurations exactes, de la tête aux pieds, de la personne en 3D.

Pour les fabricants de textile, l'objectif est simple : il s'agit avant tout de réduire les retours clients dus à une mauvaise appréciation de taille qui serait de l'ordre... de 30% et ainsi réduire les coûts pour les industriels du secteur. A terme, le SEM permettra également d'établir une base statistique - suffisante dans son nombre et sa diversité - afin de déduire la taille commerciale la plus proche de la morphologie du consommateur. Un consommateur, qui deviendra "absent" puisqu'on n'aura plus

besoin de prendre ses mesures physiques.

Des vêtements sans odeurs corporelles et économes en énergie

D'autres produits innovants, auxquels Mulliez-Flory participe, sont actuellement à l'étude. Le projet Autonex, en collaboration avec Arkema-Eminence, vise à développer des textiles connectés, autonomes en énergie. Il bénéficie d'un soutien financier de la BPI et devrait être dévoilé fin novembre. Autre projet à l'étude auquel participe le fabricant choletais : Mesotex, porté par le groupe de puériculture nordiste Sweetco, qui porte sur l'intégration de particules dans des textiles, visant à combattre les (mauvaises) odeurs corporelles.

B.H.