

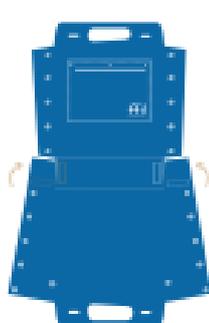
« REUSSIR AVEC UN MARKETING RESPONSABLE » - SELECTION 2013

ENTREPRISE / MARQUE

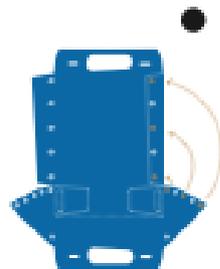
FFIL (Deux filles en fil)

INITIATIVE

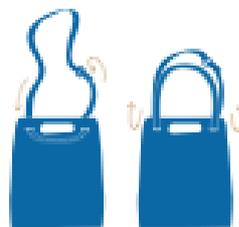
Création de sacs et accessoires de mode réalisés en France à partir d'excédents de l'industrie



Positionner les velours et fermer les pressions de chaque côté.
Adjust velcro strips and close the press studs on each side.



Ces soufflets latéraux permettent d'ajuster le volume et le style du sac.
By adjusting the side panels you can adjust the volume and change the shape of your bag.



Passer la bandoulière dans les œilletons et fermer avec les ébriers.
Pass the strap through both eyelets and close it with the top buckles.

FFIL est fière de valoriser les savoir-faire de l'industrie du cuir des Pays de la Loire, sa région d'origine. Votre sac est ingénieux et modulable : venez découvrir les différentes façons de le porter sur le site Internet.

FFIL is proud to highlight the expertise of the French leather industry, and its home region, les Pays de la Loire. Your bag is ingenious and flexible: come discover the different ways to wear it on the website.

www.ffil.fr



16
17

ffil Nouvelle collection

Description de l'initiative

Date de lancement

2007

Description synthétique

Nous avons conçu des sacs et accessoires de maroquinerie fabriqués en partie grâce à des excédents de l'industrie du luxe, ce qui garantit un cuir de qualité durable dans le temps. Les sacs sont conçus et vendus à plat, grâce à un système de pressions et de scratches. La production reste locale et se fait dans un rayon de 55 km.

Comment a-t-elle été déployée (étapes, ampleur) ?

Les concepts de "made in France" et d'utilisation de matériaux recyclés de qualité sont chers à la marque : ils s'inscrivent dans son ADN.

La vente des produits se développe par des boutiques et par Internet. Nous trouvons nos revendeurs principalement en participant à des salons professionnels, tels que Maison & Objet à Paris.

Comment a-t-elle été communiquée auprès des consommateurs ?

Cette démarche a été communiquée via des salons professionnels, des réseaux sociaux et des journaux locaux.

La communication porte davantage sur le made in France et la qualité des produits plutôt que sur l'aspect éco-conçu (produits à partir des chutes de cuir).

En quoi est-elle innovante ?

Le concept original et unique de FFIL est que les sacs et accessoires sont conçus et vendus à plat ; ils sont à monter soi-même par un système de scratchs et de pressions. Les sacs sont alors modulables, ce qui est très pratique pour les ranger (à plat au fond d'une armoire ou roulés), les transporter, les nettoyer ou les entretenir, mais surtout cela donne à chacun la possibilité de participer à la fabrication de son sac et de se l'approprier. Autre atout, les sacs peuvent être portés de plusieurs manières. De plus, ils sont fabriqués en France, en partie avec des chutes de cuir recyclées.

Quelles ont été les difficultés et comment les avez-vous levées ?

Le manque de notoriété de la marque et la gestion des stocks liée à l'utilisation des excédents sont les principales difficultés. Nous faisons de plus en plus parler de nous via les réseaux sociaux et en étant présents sur des salons. La production en petite série nécessite un suivi constant et limite les commandes plus importantes.

Quels sont les prochaines étapes et les prochains objectifs liés à cette initiative ?

Continuer à se développer en France et dans le reste de l'Europe, en participant à d'autres salons et en améliorant notre communication pour augmenter la notoriété de la marque et aider son développement.

Pour ce qui est des stocks, je recherche constante de nouveaux fournisseurs de cuirs recyclés, si possible en restant dans la région mais elle est prête à traverser les frontières des Pays de la Loire !

Création de valeur

En quoi cette initiative a-t-elle été / est-elle créatrice de valeur :

- *Pour la société (impact environnemental et social) ?*

Environnemental : utilisation de matériaux recyclés, réduction des transports (sous-traitants locaux) et réduction des matières utilisées.

Social : entretien du savoir-faire et des emplois locaux. Nous travaillons avec un sous-traitant du Maine et Loire pour la confection de notre collection cuir et rachetons les chutes de cuir et de tissu auprès d'une autre entreprise du même département.

- *Pour l'entreprise ?*

Nous entretenons des relations de proximité avec les sous-traitants. Ces relations régulières et de confiance permettent de s'assurer des conditions de travail et de la qualité des produits, et, au-delà, de tisser des liens humains.

Quelles sont selon-vous les clefs de réussite d'un projet de marketing durable ?

Le produit prime avant tout : la qualité, le concept innovant, le prix... Le concept durable ne fera pas acheter le produit si celui-ci ne correspond pas à la demande des clients.

Pour en savoir plus

www.ffil.fr

https://www.youtube.com/channel/UCEk-ixlR1Bth_DGgRkeBA8A

<https://www.facebook.com/deuxfillesenfil/?ref=bookmarks>