



## DOSSIER DE PRESSE

Actualisation :  
Janvier 2017



## SOMMAIRE

<b>1. Des hommes et des valeurs</b>	<b>page 3</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Une histoire d'hommes</li><li>• Présentation de l'équipe dirigeante</li><li>• Des valeurs pour un concept à succès</li></ul>	
<b>2. Un savoir-faire unique</b>	<b>page 7</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Trois usines en France</li><li>• La maîtrise des techniques de fabrication</li><li>• Un savoir-faire industriel reconnu</li></ul>	
<b>3. Des marques authentiques, des produits de qualité</b>	<b>page 9</b>
<b>4. Stratégies de développement</b>	<b>page 10</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Le vêtement d'image</li><li>• La distribution intégrée</li><li>• L'export</li></ul>	
<b>5. Responsabilité Sociale et Environnementale</b>	<b>page 12</b>
<b>6. Citoyenneté</b>	<b>page 14</b>
<b>7. Chiffres clefs</b>	<b>page 15</b>
<b>8. Contacts</b>	<b>page 15</b>



## 1. DES HOMMES ET DES VALEURS

### Une histoire d'hommes

#### 1938-1993 :

La Bonneterie d'Armor est née de la volonté d'un homme : Walter Hubacher. En 1938, cet industriel suisse a le goût d'entreprendre. Ce sera dans le Finistère à Quimper.

- Les années de guerre et d'occupation ne remettent pas en cause la confiance et les certitudes de Walter Hubacher même si l'activité de l'usine s'arrête pendant cette période.
- A la fin de la guerre, la société achète en 1947 un terrain sur la zone de l'hippodrome et un premier atelier accueille 50 personnes. Walter Hubacher aime la mer et la Bretagne et est attaché à la qualité : la marque Armor-Lux voit le jour. L'entreprise prend une nouvelle dimension et compte 600 salariés au début des années 80.
- La conjoncture est difficile et le secteur du textile durement touché par la crise. Des licenciements sont décidés et Walter Hubacher passe partiellement la main à Michel Glain qui devient Président du Directoire. La situation ne s'arrange pas pour autant et l'entreprise est à vendre.
- La Bonneterie d'Armor est cédée en 1993 à deux industriels finistériens qui souhaitent pérenniser l'activité de la société à Quimper : Jean-Guy Le Floch et Michel Guéguen. La société prend alors sous leur direction un nouveau départ.

#### 1994-2016 :

Jean-Guy Le Floch et Michel Gueguen contribuent au développement de l'entreprise avec la volonté indéfectible de maintenir en France une production de qualité.

- 1993 : le groupe reprend la société Guy de Bérac (pulls en laine) dont l'usine est située à Troyes dans l'Aube. Avec cette nouvelle unité, Armor-Lux intègre un savoir-faire complémentaire dans le domaine de la maille rectiligne.



- 1997 : création de la ligne Armor-Kids pour les enfants âgés de 3 à 14 ans
- 2000 : l'usine Armor-Lux est terriblement touchée par les graves inondations qui ravagent la ville de Quimper. La décision de changer de site est alors prise par Jean-Guy Le Floch et Michel Gueguen.
- 2002 : Armor-Lux reprend la société Bermudes. L'acquisition de cette entreprise permet d'acquérir un nouveau savoir-faire dans le vêtement technique de protection.
- 2004 : La Poste confie à Armor-Lux la gestion de l'habillement de ses 130.000 agents en contact avec la clientèle. Armor-Lux met également en service à Quimper une nouvelle unité de production et de logistique.
- 2005 : Armor-Lux signe un contrat de licence avec Max Havelaar pour la commercialisation d'articles en coton équitable.
- 2007 : La SNCF confie à Armor-Lux la fabrication des nouvelles tenues des contrôleurs
- 2009 : Armor-Lux signe un contrat avec ECOCERT pour la fabrication et la distribution de produits en coton biologique.
- 2010 : Jean-Guy Le Floch reçoit à Quimper les insignes de Chevalier de la Légion d'Honneur. Armor-Lux est labellisée Entreprise du Patrimoine Vivant.
- 2011 : AFNOR Certification remet à Armor-Lux une attestation d'évaluation AFAQ 26000 (niveau 3 : confirmé) pour l'ensemble de sa politique RSE.
- 2012 : l'entreprise crée, en partenariat avec Pôle Emploi, sa propre formation de mécaniciennes de confection.
- 2013 : Armor-Lux ouvre à Plaisir (Yvelines), son 50<sup>ème</sup> magasin en propre.
- 2014 : La SNCF choisit Armor-Lux pour fabriquer la Nouvelle Tenue des 31 000 agents en contact avec la clientèle. GeoPost confie à Armor-Lux l'habillement de ses 40 000 collaborateurs.
- 2015 : La Poste renouvelle sa confiance à Armor-Lux pour l'habillement de ses 110 000 agents.
- 2016 : Armor-Lux obtient le niveau Exemple de l'évaluation AFAQ 26000. Armor-Lux reprend également la marque Karting.



## Présentation de l'équipe dirigeante

Jean-Guy Le Floch et Michel Guéguen sont des amis d'enfance. Ils ont effectué leurs études supérieures ensemble au lycée Chateaubriand à Rennes. A 40 ans, le désir de revenir aux sources et la volonté d'entreprendre les conduisent à reprendre la Bonneterie d'Armor.

**Jean-Guy Le Floch** est né en 1953 à Carhaix dans le Finistère. Après des Etudes Secondaires au Lycée Laënnec à Pont-L'Abbé, il rentre au lycée Chateaubriand à Rennes pour faire « Maths-sup » et « Maths-spé ». Il est diplômé de l'Ecole Centrale de Paris, titulaire d'un Master of Sciences de l'Université de Stanford (Californie) et possède le diplôme d'expert-comptable.

Il commence sa carrière professionnelle chez Bull à Angers en tant que Directeur du Contrôle de Gestion puis rejoint le groupe Bolloré, d'abord à Scaër dans le Finistère, puis à Paris où il occupe les fonctions successives de Directeur Financier puis de Directeur Général du groupe. En 1993, il rachète avec Michel Guéguen la Bonneterie d'Armor. Il est aujourd'hui le Président d'Armor Développement, la holding du groupe. Il a été décoré de la Légion d'Honneur en 2010.

**Michel Guéguen** est né en 1954 à Coray dans le Finistère. Il est ingénieur chimiste de formation. Après avoir effectué « Maths-sup » et « Maths-spé » à Rennes au lycée Chateaubriand, Il a passé plus de 10 ans dans le groupe Bolloré d'abord comme directeur d'une unité de production à Scaër dans le Finistère, puis comme Directeur Recherche et Développement à Bolloré Technologies. Il occupe aujourd'hui les fonctions de Directeur Général de la Bonneterie d'Armor.

## Des valeurs pour un concept à succès

### La qualité

C'est le maître mot du groupe : tous les produits sont testés à chaque stade de la chaîne de fabrication afin d'assurer une qualité irréprochable. L'entreprise dispose d'un Service Qualité qui est directement rattaché à la Direction Générale et dont les missions sont élargies :

- mettre en place et assurer le respect des procédures qualité (contrôles chez les fournisseurs, en cours de fabrication, contrôles finaux...)



- analyser les cahiers des charges et les réclamations des clients ;
- contrôler les matières premières, les articles aux différentes étapes de fabrication, le site des fournisseurs et la réception dans l'entrepôt logistique ;
- vérifier et centraliser les procès-verbaux de contrôle de tissus.

Armor-Lux dispose également de son propre laboratoire d'essais et d'analyses spécialisé dans le contrôle et le développement des textiles. Depuis 2011, le laboratoire est **accrédité par le Comité Français d'Accréditation (COFRAC)**, selon la norme NF EN ISO/CEI 17025. Le laboratoire d'Armor-Lux réalise plus de 10 000 tests physiques et chimiques par an (tests colorimétriques, stabilité dimensionnelle, solidité des teintures, caractéristiques mécaniques...).

### **L'innovation**

Le groupe renouvelle ses collections deux fois par an et crée chaque année plus de 1 500 nouveaux modèles. Il s'appuie sur des stylistes indépendants spécialisés par marque, par ligne de produits (prêt à porter, lingerie, sous-vêtements...) ou par techniques de fabrication (maille, chaîne et trame, vêtement technique...).

Armor-Lux dispose en interne de son propre bureau d'études avec une équipe de 25 techniciens formés à l'utilisation du système Lectra et chargés de réaliser les prototypes. Les prototypes sont réalisés dans les ateliers d'Armor-Lux grâce au savoir-faire d'opératrices de confection qualifiées, ayant plus de vingt ans d'expérience dans le métier du textile.

### **L'éthique**

Dans un secteur mondialisé et sensible sur le plan de l'éthique, Armor-Lux a souhaité intégrer le développement durable au cœur de ses activités. L'entreprise s'engage notamment à promouvoir des modes de production et de gestion qui concilient respect des droits fondamentaux du travail, protection de l'environnement et préservation de la santé humaine.



## 2. UN SAVOIR-FAIRE UNIQUE

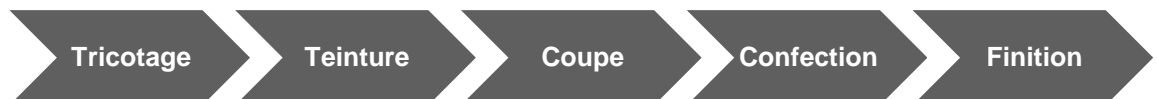
Armor-Lux défend sur le territoire français un savoir-faire d'exception dans la fabrication de vêtements de qualité.

### Trois usines en France

#### Une unité de production textile intégrée à Quimper

Spécialisée dans la fabrication de produits en maille circulaire, l'usine de Quimper est composée de deux sites de production :

- le site de l'Hippodrome regroupe les activités de tricotage et de teinture, ainsi que le laboratoire d'analyses. Il est situé dans le centre-ville de Quimper à proximité de la gare ;
- le site de Kerdroniou regroupe les ateliers de coupe, confection, finition, contrôle qualité, bureau d'études, ainsi qu'une plateforme logistique ultramoderne. Mis en service en 2004, cet outil industriel abrite également les services administratifs de l'entreprise ainsi qu'un magasin de vente directe de 1500 m<sup>2</sup>. 8 M€ HT ont été investis dans sa construction.



#### Une filiale de production à Troyes

Créée en 1941, Guy de Bérac a rejoint le groupe en 1993. Cette usine est spécialisée dans la maille rectiligne et dans la fabrication de pulls de qualité.

### La maîtrise des techniques de fabrication

#### La maille

C'est le savoir-faire historique de l'entreprise : Armor-Lux maîtrise aussi bien la maille circulaire que la maille rectiligne :



- la maille circulaire : c'est la technique privilégiée pour les T-Shirts, les polos, les sous-vêtements, et bien sûr la marinière. Armor-Lux dispose de plus de 90 métiers à tricoter circulaires, de jauges et de diamètres différents, qui lui permettent de produire en grande quantité les principaux types de tricots unis ou rayés (Jersey, Côte, Interlock) utiles à la réalisation des vêtements et sous-vêtements en coton ;
- la maille rectiligne : elle permet la réalisation de motifs dans la phase de tricotage. Elle offre une sophistication de finition sans limite, sans ajout d'ourlet ni de couture. C'est la technique de prédilection pour la confection de pulls.

### **Le chaîne et trame**

Le développement de collections complètes de prêt-à-porter a conduit Armor-Lux à étendre son savoir-faire au chaîne et trame. Ce procédé est de plus en plus utilisé dans les collections du groupe (chemises, pantalons, vestes, jupes...). Il se caractérise par sa souplesse et sa très bonne tenue.

### **Le vêtement technique**

L'acquisition de Bermudes en 2002 a permis de bénéficier d'un nouveau savoir-faire très pointu dans le domaine du vêtement technique de protection avec la fabrication de tissus techniques, complexes, imperméables et respirants, l'ensemble des coutures étant soudées.

### **Un savoir-faire industriel reconnu**





Le savoir-faire industriel de l'entreprise a été reconnu par le ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi en 2010. Armor-Lux est en effet labellisée Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV), marque de reconnaissance mise en place pour distinguer les entreprises françaises aux savoir-faire artisanaux et industriels d'excellence. Le label EPV a été renouvelé en 2015 pour cinq ans.





### 3. DES MARQUES AUTHENTIQUES ET DES PRODUITS DE QUALITE

Le groupe Armor-Lux, au travers de ses marques grand public, crée, fabrique et distribue des vêtements de prêt-à-porter répondant à une double exigence de qualité et de créativité. Chaque année, plus de 1500 nouveaux modèles sont créés pour renouveler les collections printemps/été et automne/hiver.

Marques	Date de création	Date de reprise	Collections
	1938	1993	Prêt-à-porter, lingerie, sous-vêtements homme et femme
	1941	1993	Pulls en maille homme
	1971	2016	Prêt-à-porter femme
	1984	2002	Nautisme technique et sportswear homme et femme
	1997	-	Prêt-à-porter enfant
	1989	2010	Equipement de la maison, arts de la table








## 4. STRATEGIES DE DEVELOPPEMENT

### Le vêtement d'image

Depuis 2003, le groupe est devenu un acteur majeur du vêtement d'image, de protection et de l'uniforme. L'entreprise a développé une large gamme de services habillement sur mesure pour habiller de grands donneurs d'ordres publics ou privés :

- conception de vêtements d'image et de travail ;
- fabrication et approvisionnement de vêtements et accessoires ;
- mise en place d'outils de vente à distance : catalogues, sites internet, Service Après-Vente ;
- développement de systèmes d'information sécurisés,
- organisation logistique adaptée aux exigences clients : livraison au « fil de l'eau » ou dans le cadre de campagnes de livraison...

Le groupe détient à son actif de nombreuses références de premier plan :

Clients	Date	Personnels habillables
	2004 2009 2015	110 000
	2006 2014	11 000 31 000
	2009	15 000
	2013	13 000
	2014	40 000



## La distribution intégrée

Armor-Lux dispose de son propre réseau de distribution avec près de 60 points de vente en France qui se répartissent entre des boutiques de centre-ville, des magasins de périphérie et quelques affiliés.

### Boutiques de centre-ville :

- nombre de boutiques : 45 (Paris, Quimper, Rennes, Lyon, Strasbourg, Lille...);
- superficie moyenne : 100 m<sup>2</sup> ;
- offre : collections de prêt-à-porter, lingerie, nuit et sous-vêtements pour l'homme, la femme et l'enfant, ainsi que les essentiels de la mode marine : marinière, pull marin, caban, ciré, vareuse...

### Magasins de périphérie :

- nombre de magasins : 15 (Quimper, Dinard, Avrillé, Theix, Crozon, Granville, Saint-Renan, Saint-Brieuc, Pontorson, Vannes, Saint-Grégoire, Plaisir, Vitré, Guérande....) ;
- superficie moyenne : 1000 m<sup>2</sup> ;
- offre : Vêtements issus des collections des principales marques du groupe, les essentiels de la mode marine, chaussons, produits régionaux culturels et alimentaires, épicerie fine...

## L'export

Les marques du groupe sont distribuées à l'international notamment en Europe (Espagne, Allemagne, Belgique, Luxembourg, Suisse, Angleterre, Scandinavie...), en Amérique du Nord (Etats-Unis, Canada) et en Asie (Japon, Corée du Sud).

Pour renforcer sa présence sur les marchés export, Armor-Lux a lancé, en 2012, une **collection Héritage** qui « revisite » les produits emblématiques de la marque depuis sa création : caban, pull marin, veste de pêcheur, vareuse, pantalon à pont et bien entendu la célèbre marinière aux 21 rayures des matelots de la flotte.



## 5. RESPONSABILITE SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

Dans un secteur mondialisé et sensible sur le plan de l'éthique, Armor-Lux a intégré le développement durable au cœur de sa stratégie. La politique RSE de l'entreprise est structurée selon les lignes directrices de la norme ISO 26000. Armor-Lux a obtenu, en 2016, le niveau Exemple de l'évaluation AFAQ 26000 (767 points sur 1000).

### **Le respect des droits fondamentaux du travail**

Armor-Lux met tout en œuvre pour respecter et faire respecter les droits fondamentaux du travail :

- signature du Pacte Mondial des Nations Unies en 2004 ;
- élaboration d'une charte RSE fournisseurs.

Armor-Lux réalise sur les sites de production de ses partenaires des audits sociétaux pour vérifier leur conformité avec les Pour réaliser ces évaluations, Armor-Lux s'appuie sur un cabinet d'audit international (PricewaterhouseCoopers), et sur ses équipes d'auditeurs formées à la norme de responsabilité sociale SA8000.

### **La protection de la santé humaine**

Armor-Lux respecte de façon stricte les réglementations françaises et européennes applicables sur l'utilisation de produits et substances chimiques pouvant porter atteinte à la santé humaine. Pour garantir l'innocuité de ses produits, Armor-Lux s'appuie notamment sur :

- une veille réglementaire réalisée en partenariat avec l'Institut Français du Textile et de l'Habillement (IFTH) pour l'application du règlement REACH tout au long de la filière de fabrication ;
- le certificat Oeko-Tex standard 100 qui va au-delà des exigences réglementaires et garantit les qualités humano-écologiques des textiles ;
- des analyses et tests complémentaires réalisés dans des laboratoires accrédités (IFTH, CTC...).



## La préservation de l'environnement

La volonté de réduire l'impact de ses activités sur l'environnement a conduit le groupe à mettre en place de nombreuses actions :

- l'utilisation durable des ressources : écoconception des produits, gestion des produits en fin de vie (filières de recyclage et de valorisation en fonction de la composition des produits...);
- réduction des émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) liées à l'approvisionnement des matières premières (utilisation de coton issu de l'agriculture biologique et du commerce équitable), et au transport des produits et des personnes (réalisation d'un Plan de Déplacement Entreprise en 2012...).

## Le soutien des filières de coton biologique et équitable

Armor-Lux s'est engagée, dès 2005, dans la fabrication et la commercialisation de produits en coton biologique et équitable. L'entreprise est aujourd'hui le premier acheteur de matière première en coton équitable et le 1<sup>er</sup> distributeur de produits labellisés Fairtrade/Max Havelaar en France.

## Le développement économique et culturel du territoire

### La défense de l'emploi local

Armor-Lux a pris de nombreuses dispositions en faveur de l'emploi de ses salariés ces dernières années : création de nouveaux métiers (logistique, contrôle qualité, SAV...), accompagnement du personnel (formation et reconversion).

Pour préserver son savoir-faire et sécuriser ses emplois industriels, Armor-Lux a mis en place ces dernières années plusieurs dispositifs de formation pour recruter de nouvelles opératrices de confection.

<b>Dates</b>	<b>Actions</b>	<b>Partenaires</b>
2012	Formation et recrutement de 15 opératrices de confection	<ul style="list-style-type: none"><li>• Direccte ;</li><li>• Pôle Emploi ;</li><li>• Actife ;</li></ul>
2017	Formation et recrutement de 12 opératrices de confection	<ul style="list-style-type: none"><li>• Région Bretagne</li><li>• Chambre de Métiers</li></ul>



## La création de richesses

L'entreprise est également fortement impliquée dans le développement économique local :

- soutien des jeunes entrepreneurs et créateurs (Sirdjos, Pascal Jaouen, Nolwenn Faligot, Percko...);
- promotion des produits régionaux dans le réseau de distribution ;
- présence dans les réseaux économiques locaux : CCI de Quimper Cornouaille, Club TGV Finistère, Investir en Finistère...

## 6. CITOYENNETE

Armor-Lux est partenaire de la **Marque BRETAGNE**, une marque au service de l'attractivité du territoire. L'entreprise mène depuis 20 ans une politique de mécénat et de partenariat cohérente avec son ancrage territorial.

### La promotion de la culture et des arts bretons

- Festival de Cornouaille (Quimper) ;
- Festival du Bout du Monde (Crozon) ;
- Festival Interceltique (Lorient) ;
- Soutien de musiciens (Tri Yann, Bolloc'h Breizh Tour...), peintres, photographes, comédiens...

### La défense du patrimoine maritime

- Fêtes maritimes de Brest et de Douarnenez ;
- Fête du chant de marin de Paimpol... ;
- L'Hermione, le navire amiral de La Fayette.

### L'implication dans le sport de haut niveau

- Voile : Erwan Tabarly, Bernard Stamm...;
- Cyclisme : Tour du Finistère, Fédération Française de Cyclisme ;
- Football : Stade Rennais Football Club, Stade Brestois 29.



## 7. CHIFFRES CLEFS

- **78** ans d'existence
- **90** M€ de CA HT
- **550** salariés
- **3** sites de production implantés en France dont 2 à Quimper
- **5 000 000** d'articles vendus par an
- **2 000** clients
- **1 500** nouveaux modèles créés par an
- **60** boutiques détenues en propre et affiliés
- **Des valeurs** : Qualité, innovation et éthique

## 8. CONTACTS

### Groupe Armor-Lux

21 / 23 Rue Louison Bobet  
ZI de Kerdroniou Ouest  
29556 QUIMPER CEDEX 9  
Tél. : +33 (0) 2 98 90 05 29  
Fax : +33 (0) 2 98 90 66 21  
[www.armorlux.com](http://www.armorlux.com)  
[contact@armorlux.com](mailto:contact@armorlux.com)

- Président : Jean-Guy Le Floch
- Directeur Général : Michel Guéguen

### Relations presse

Grégoire Guyon  
Directeur de la communication  
23 Rue de Cléry 75002 PARIS  
Tél. : +33 (0)1 48 87 56 54 / [g.guyon@armorlux.com](mailto:g.guyon@armorlux.com)