

La Maison de la maille à l'assaut du Japon

En 2017, Charlotte Huyghues-Despointes créait sa marque de plaids haut de gamme. Aujourd'hui, elle vise l'export au Japon et se lance dans l'impression numérique sur plaid.

L'entreprise

Les locaux de Cogito, c'est un peu sa deuxième maison. Deux ans après s'être installée ici, Charlotte Huyghues-Despointes sait que La maison de la maille, le bébé qu'elle a créé « à partir de rien », ne pourra pas rester ici ad vitam aeternam. La pépinière numérique est là pour aider les nouveaux entrepreneurs à éclore, à se lancer, à se développer. Avant qu'ils ne volent de leurs propres ailes. Et le virage qu'entame La maison de la maille, en 2019 et 2020, signe son entrée dans le monde des grands. L'entreprise veut exporter à l'international, au Japon en premier lieu. Elle compte « investir l'équivalent de 25 % du chiffre d'affaires (100 000 € au premier exercice) pour se développer. »

« Un savoir-faire historique »

Depuis 2017, La Maison de la maille avait besoin de faire ses preuves et de consolider son image en France avant de s'envoler. Les plaids 100 % made in France qu'elle crée attirent les particuliers, les boutiques de décoration haut de gamme, l'hôtellerie de luxe. « **Nous valorisons un savoir-faire historique et le Made in France fait notre succès. C'est une vraie valeur ajoutée, d'autant que nous avons une traçabilité forte, de la fibre jusqu'au produit fini. Ce n'est pas souvent le cas des grandes maisons de luxe...** » commente l'ancienne Parisienne, qui en est à sa deuxième création d'entreprise. « **La Rolls Royce de laine de moutons mérinos mais aussi la laine de baby alpaga d'une qualité exceptionnelle** » sont alors entrelacées dans une manufacture à Castres (Tarn). Les produits se vendent ensuite entre 119 et 429 €.

Pour l'entrepreneuse, l'export est aujourd'hui une suite logique. « **C'est dans l'ADN de l'entreprise. Une mai-**



Charlotte Huyghues-Despointes, fondatrice de La Maison de la maille à La Flèche.

PHOTO : OUEST-FRANCE

son de luxe ne peut vivre sans l'export », estime la créatrice, associée à un photographe à Paris. Pourtant, à l'heure actuelle, 80 à 90 % de l'activité restent en France. Une tendance qui pourrait bien s'inverser. « **L'export est notre cheval de bataille pour 2020, nous passons la deuxième vitesse. Nous préparons l'assaut au Japon. Un agent travaille d'ailleurs sur place pour sentir les opportunités et nous souhaitons participer, l'été prochain, au Design Tokyo international week** », poursuit-elle. Les contacts pris le 1^{er} octobre, à l'international week de la CCI, au Mans, devraient d'ailleurs l'orienter

vers cette zone du globe. « **Lors des salons, nous avons eu de bonnes touches. Maintenant, on a toutes les cartes en main.** »

L'impression numérique sur plaid

Satisfaite du succès rencontré par la gamme mérinos, son cœur de marché, Charlotte Huyghues-Despointes veut aller plus loin. Elle mise sur la personnalisation. Et le salon Meubles et objets de Paris, auquel elle participait il y a quinze jours, l'a confortée. « **Nous avons travaillé avec la plateforme E-mode à Cholet pour lancer l'impression numérique sur plaid.**

Nous sommes les seuls à le faire ! », se délecte-t-elle. Elle parle, entre autres, des œuvres d'un artiste-peintre imprimées sur la maille. « **On a ainsi des pièces uniques.** » Charlotte espère que ce sur-mesure va faire tourner la tête des hôteliers, déjà observateurs des créations faites avec l'hôtel de Crillon à Paris. La période qui s'ouvre jusqu'aux fêtes de fin d'année, la plus dense pour La Maison de la maille, sera un bon indicateur.

Mathilde LECLERC.