



Le comble du chic en matière de sac à main, c'est de posséder un modèle rare, vendu en petite série et fait artisanalement. Chez Maison Laffargue, ce mode de fonctionnement remonte à la fin du XIXe siècle, et plus précisément à l'arrière-grand-père des dirigeantes actuelles, qui a créé la marque à Saint-Jean-de-Luz où elle se trouve toujours. Depuis, les femmes de France et d'ailleurs n'ont cessé de s'enticher de ces merveilles intemporelles, en revenant parfois acheter un autre modèle. Comme l'explique Sophie Milas-Laffargue, la présidente, au lieu de travailler sur des collections fréquemment renouvelées, la maison dont les produits ont un style précis, une âme aussi, a toujours privilégié une certaine continuité. Des matières 100% françaises jusqu'à la façon assurée par l'atelier in situ, c'est une marque où tradition et modernité ont su cohabiter avec succès. Les fleurs de lys et les clous, symboles de la maison et rivés à la main, sont intemporels, tout en permettant de personnaliser une allure, qu'elle soit fashion ou classique. Les clientes de Maison Laffargue, dont « énormément de fidèles », partagent leur envie d'une pièce élégante et durable, avec un chic qui se décline aussi bien en mode urbain que casual. Sur le plan de la créativité, les dirigeantes préconisent une approche plutôt ico-

noclaste : elles rajoutent des modèles et élargissent la gamme des couleurs de manière régulière, en respectant les codes maison mais sans subir les rythmes biannuels du renouvellement des tendances usuel de la mode. Ce qui ne les empêche toutefois pas d'adopter certaines pratiques commerciales relativement récentes comme la vente éphémère ponctuellement organisée avec des partenaires parisiens. Car les sublimes sacs de Maison Laffargue sont normalement vendus en exclusivité dans leur magasin de la rue Gambetta ou expédiés aux clientes ayant passé commande par téléphone ou par email, après avoir consulté le catalogue sur le site internet.

Cette démarche plutôt confidentielle, qui plaît aux femmes à la recherche d'un sac rare, s'applique également à la jeune marque toulousaine Curio. Le concept développé par Camille Vallée et son associé est simple : c'est la cliente qui compose son sac en ligne. En puisant dans un certain nombre de modules proposés, elle sélectionne d'abord une base, puis un rabat et, pour terminer, une anse. Au fur et à mesure qu'elle clique sur les modules, elle voit apparaître son futur sac qui prend vie sous ses yeux, puis elle peut le commander. Ici encore, point d'effet gadget, mais un vrai processus créatif où l'on insiste sur la fabrication française et l'importance des belles matières comme le cuir, espagnol ou ita-

LE COMBLE DU CHIC EN MATIÈRE DE SAC À MAIN, C'EST DE POSSÉDER UN MODÈLE RARE