

Maison Laffargue : la saga continue !

SAINT-JEAN-DE-LUZ/DONIBANE LOHIZUNE - Parce que les rumeurs ne sont pas toujours fondées, que les clients de la célèbre maroquinerie luzienne se rassurent : non, la maison n'a pas été rachetée par un groupe étranger.

Après plusieurs contacts téléphoniques, l'heure est enfin venue de rencontrer la nouvelle direction de l'entreprise luzienne fondée en 1890, en lieu et place où elle perdure aujourd'hui, au 25 de la rue Gambetta à Saint-Jean-de-Luz. La boutique vient d'ouvrir et, déjà, des clients passent commande pour l'une des fameuses ceintures cloutées si emblématiques de la marque. On nous indique une petite porte à l'arrière que l'on nous invite à la franchir. Nous voici, privilégiés, dans l'antre de la fabrication.

Ici nous sommes à proprement parler dans l'arrière-boutique et en plein atelier de fabrication. Les mains s'affairent sur le cuir et le son des machines rythme la cadence somme toute raisonnable. Les employés ont le sourire et nous invitent à utiliser leur salle de déjeuner pour notre entretien, située à deux ou trois mètres de là, après quelques méandres dans cette maison-monument. Le décor est ainsi planté et c'est naturellement que Sophie Milas-Laffargue et Stéphanie Laffargue viennent à nous conter la genèse de la maison Laffargue.

« C'est notre arrière-grand-père, Joseph-Daniel, sellier, qui a créé cet atelier en 1890,



Sophie Milas Laffargue et sa soeur Stéphanie Laffargue à la tête de la maison Laffargue. © M. C.

il avait eu cette idée révolutionnaire, en voyant les colliers de bœufs, d'imaginer des sacs à main incrustés de clous... Le succès a été immédiat et il a même été imité par les autres ensuite », raconte fièrement Sophie Milas-Laffargue, présidente de l'entreprise. « Cette maison a toujours été très familiale que ce soit à sa tête comme dans l'atelier où il y a toujours eu entre trois et cinq membres de la famille en poste ». Aujourd'hui c'est au tour de la quatrième génération de reprendre les rênes de cette réussite familiale.

Sophie Milas Laffargue a 33 ans et a travaillé durant plusieurs années dans l'univers du luxe à Paris avant d'accepter de prendre la charge de pré-

sidente de l'entreprise en janvier dernier. Sa sœur, Stéphanie Laffargue, a 31 ans et était jusqu'alors conseillère en stratégie d'entreprise avant d'être appelée au poste de directrice générale, il y a quelques mois. « Pour moi, c'était cohérent, il y avait besoin d'un renouveau, on n'a pas hésité ». Et si les deux sœurs ont préféré faire leurs armes ailleurs, c'est pour mieux servir l'entreprise familiale. Aujourd'hui, un grand projet de développement les anime tout en voulant préserver l'identité et le patrimoine de ce qui fait la notoriété de la maroquinerie Laffargue aux Pays Basque et en dehors de ses frontières. « L'idée est de créer du développement car il y a un réel potentiel de croissance, explique

Sophie Milas-Laffargue, c'est un défi intéressant avec une forte envie d'amener de nouveaux emplois dans la région ». Et le cœur du renouveau est bien de satisfaire au mieux les clients en réduisant les délais de commande. « Le client est au cœur de nos préoccupations et sa satisfaction passera par une réduction des délais tout en maintenant ce haut niveau de qualité ». Et que la clientèle actuelle se rassure « le développement ne se fera pas au détriment de la qualité », affirme Stéphanie Laffargue. Pour l'heure, les sœurs sont en quête du Graal : un entrepôt ou un terrain proche de Saint-Jean-de-Luz ou sur la commune pouvant accueillir leur prochain atelier. Sophie Milas-

Laffargue insiste : « Nous souhaitons rester dans un rayon de 15km maximum de la boutique pour conserver cet esprit de fabrication de proximité et pouvoir faire rayonner ce qui fait partie, aujourd'hui, de la culture luzienne ».

Autre nouveauté, les sœurs se sont emparées des réseaux sociaux et la marque est désormais sur Facebook, une lettre d'information est aussi réalisée régulièrement pour leurs clients. Autre grande nouveauté côté produit, l'été dernier a vu naître le tout dernier de la marque, le sac « Donibane » décliné dans différentes teintes colorées. Des actions destinées à ancrer la marque dans une dynamique de modernisation sans révolution. « Nous souhaitons rester simple et proche de nos clients », ajoute la nouvelle présidente.

La maison qui fêtera en 2015 ses 125 ans n'a pas fini de surprendre les aficionados de la marque tout comme les néophytes, une saga familiale qui ne se laisse pas ternir par l'emprunte du temps et qui sait surfer sur la tendance pour rester dans le cœur des Luziens et pas seulement !

► Maïte Celayeta