

PAS-DE-CALAIS

Boulogne

La fripe, c'est pas du luxe

S'habiller chic et pas cher, c'est possible avec les fripes de luxe, et cela crée des emplois. A Boulogne, KFB l'a prouvé.

Des vêtements haut de gamme, mais d'occasion : le créneau est bon, encore fallait-il y penser. Sylvie Friocourt et Philippe Kerhanet sont les premiers à avoir eu cette idée, s'associant, en 1989, pour créer KFB, à Saint-Léonard, dans la banlieue de Boulogne-sur-Mer. En quatre ans, ils ont créé quarante emplois dans la fripe de luxe, et espèrent une dizaine d'embauches en 1994. Leur chiffre d'affaires, 13 millions de francs en 1993, est réalisé à 60 % à l'export vers l'Asie et l'Afrique.

KFB pratique tous les recyclages : le vêtement d'occasion, mais aussi la laine détricotée, qui entre en 1994 pour 30 % dans la composition des nouveaux pulls, le chiffon haut de gamme, pour l'industrie quand le vêtement n'est plus réutilisable, le chiffon, destiné à la fabrication d'emballages en carton. Après quatre ans d'activité et un effort soutenu dans le domaine de la formation, le succès de KFB repose sur les marchés conquis, mais surtout sur ce savoir-faire de professionnels devenus experts à « tri », une opération très délicate. « Il faut déceler le degré d'usure du vêtement, analyser la coupe, classer selon les modes, les pays, les tailles, les matières », explique Sylvie Friocourt. Un vrai métier qui exige un goût pour la mode et fournit une réelle qualification. « Notre objectif n'est pas social, mais économique », insiste Sylvie Friocourt. Nous gagnons de l'argent, ce qui nous permet de réinvestir à la fois sur les personnes et dans l'entreprise. »

La plupart des employés de KFB sont des femmes seules avec enfants, et toutes, avant, étaient des jeunes sans qualification ou au chômage depuis longtemps. A KFB, les salaires sont largement au-dessus du SMIC, parfois le double. Le temps de formation est long, et c'est finalement l'employée qui choisit son poste de travail. La relation des salariés avec le travail devient alors facteur d'épa-

nouissement individuel et collectif. Une autre règle d'or de KFB est la transparence. Le personnel est informé fréquemment, en plus d'une réunion mensuelle. Quand Philippe Kerhanet revient de voyage, il relate ses contacts asiatiques ou africains. Nul n'ignore ainsi la crise en Afrique de l'Ouest ni les séquelles de la dévaluation du franc CFA.

ont déjà pu résoudre avec l'aide de l'entreprise des soucis de logement ou de prêt bancaire. La crèche permettra aussi d'associer quelques nourrices à cette vie entre salariées embarquées sur le même navire, et qui en sont ravies.

Le plus bel exemple de ce bonheur au travail fut donné à Roubaix, l'an passé : les employées de KFB présentèrent des vêtements lors d'un défilé de mode dont elles étaient les modèles. C'était lors de la fête des « Attractives », ces entreprises qui veulent travailler autrement et sont réunies



Chez KFB, des salaires bien au-dessus du SMIC et une règle d'or : la transparence

Avec 34 femmes – jeunes pour la plupart – sur 40 salariés, il est normal que soit né le projet d'une crèche associative, qui devrait aboutir en 1994 avec le concours d'une municipalité voisine. Les employées de KFB

en association régionale, avec Sylvie Friocourt pour présidente. Pionnière en ce domaine, KFB prouve chaque jour que changer la manière de travailler, c'est aussi lutter contre le chômage. ■ P. P.

VI