

Depuis 1938, trois générations de la famille Broussaud fabriquent des chaussettes et des collants.

Basée à Les Cars, BROUSSAUD TEXTILES a employé jusqu'à 250 salariés en 1960.

D'abord installé dans un petit local des Cars avec deux métiers à tisser, Mr Henry Broussaud rachète un ancien « hangar à patates » dans lequel l'usine est toujours installée.

Le succès est rapidement au rendez-vous et les générations se succèdent :

- 1984 – reprise de l'entreprise par Gérard et Brigitte Broussaud
 - L'arrivée de l'électronique et de nouvelles applications pour les machines ont conduit l'entreprise à investir pour rester sur le marché, être compétitif et répondre aux besoins de la grande distribution.
- Avril 2006 – liquidation de l'entreprise
 - Concurrence frontale accrue avec la Tunisie, la Chine : coûts de production trop élevés. L'entreprise est confrontée à la concurrence des produits importés des pays à bas coûts et ne peut survivre à moyen terme,

Mais la volonté de garder les équipes en place et de peu licencier entraîne malgré tout le licenciement de 90 personnes, et la fermeture de l'usine, ce qui est vécu comme un traumatisme par l'équipe dirigeante qui a du mal à assumer la fermeture du site.

- Juin 2006 – reprise de l'activité par le groupe BG43, à la barre du tribunal de commerce, en association avec Aymeric Broussaud, un enfant de la 3ème génération investi depuis de nombreuses années dans l'usine de ses parents.

Le redémarrage fut difficile et a abouti à une prise de majorité dans BROUSSAUD TEXTILES de l'un des actionnaires de BG43, Alain Bérest, qui veut en faire un site pilote pour le modèle d'entreprise qu'il pense indispensable pour le XXIème siècle, l'entreprise sociétale.

Alain Bérest, un ancien industriel et financier, spécialisé depuis une vingtaine d'années dans le sauvetage de PME industrielles, s'est intéressé à l'entreprise industrielle Broussaud pour la faire évoluer dans son pilotage interne et pour financer son développement en créant un nouveau modèle d'entreprise, modèle repris dans le concept PATRIUM qu'il veut développer avec des partenaires.

En effet, Alain Bérest, seul, puis à travers le groupe BG43, a investi au capital de PMI menacées de disparaître, alors qu'elles pouvaient espérer un retour économique à moyen terme, en créant, sur la base de multiples expériences dans de nombreuses régions françaises, un nouveau concept économique qui permettrait de sauver l'existant.

Une forte conviction dans la défense du secteur industriel Français (conforté par les évènements de 2008) et une volonté de partager des expériences plutôt que la recherche d'un retour sur investissement immédiat, a permis aux 2 hommes, Alain Bérest et Aymeric Broussaud, avec l'opportunité BROUSSAUD TEXTILES, de construire le sauvetage de l'entreprise .

Ils construisent ensemble un projet d'avenir en se démarquant de la concurrence. Ce projet économique et social permet de garder une partie de l'équipe, la partie importation, et la partie fabrication, en assurant ainsi le passage de la vente aux grandes surfaces vers le développement d'un négoce plus direct.

L'exemple d'Archiduchesse

- Fin 2008, Patrice Cassard (un pionnier du e-commerce) et Aymeric Broussaud ont l'idée de lancer une marque de chaussettes sur Internet dont BROUSSAUD TEXTILES est le partenaire industriel avec le label fabrication France :
 - Dès fin 2009, Archiduchesse devient une référence du e-commerce en termes de design, d'ergonomie, et de ventes en ligne via facebook. Le concept repose sur plus de 45 coloris de chaussettes « Made in France » :

Archiduchesse, un concept de niche avec la création d'une marque sans concurrence directe et un environnement web qui donne envie d'acheter (30% de croissance annuelle).

- 2012 : Archiduchesse est victime de la contrefaçon :
 - Le site est copié par des Chinois, ce qui lui a donné une visibilité nationale et internationale, sans aucune influence sur son développement sinon celui d'accélérer sa notoriété et surtout celle de BROUSSAUD TEXTILES.

Dès lors Archiduchesse est devenu le site référence de vente de chaussettes françaises en ligne (proche de 100 K paires vendues en 2012) et a fait de nombreux adeptes dont BROUSSAUD TEXTILES est le fabricant.

Sur sa volonté stratégique, BROUSSAUD TEXTILES a souhaité :

- Sauvegarder le savoir industriel Broussaud dans le limousin en maintenant dans un premier temps une partie de production sous traitée (vers la GMS) en Turquie pour d'abord conserver les emplois locaux puis les développer au fur et à mesure que les clients classiques prendront conscience de la mutation inévitable du marché (passage de 13 à 20 salariés),
- Se démarquer de la concurrence en pariant sur le retour du fabriqué Français et une déglobalisation inévitable du marché de la chaussette, ce qui entraîne la fabrication de petites séries personnalisées avec de nouveaux modes de commerce plus directs et une réactivité immédiate (notion de service lié à l'outil industriel),
- Créer des partenariats commerciaux à valeur ajoutée dans le savoir-faire de l'entreprise, pour proposer des solutions complètes (par exemple dans le caleçon-chaussettes avec TEXTISS),

- Faire participer les employés, les clients et les différents partenaires à la création et à la vie des modèles, en utilisant tous les moyens de la technologie numérique ce qui induit une importante et constante capacité d'innovations dans un métier plutôt traditionnel que l'on présentait sans avenir et qui ainsi en retrouve un,
- N'attendre pour l'actionnaire aucun retour financier autre que celui de maintenir et développer des emplois décents tout en assurant une solvabilité réelle à l'activité, seule gage de pérennité.
- Et, bien entendu, retrouver des performances financières permettant de poursuivre l'aventure et confirmant ainsi la validité du modèle, ce qui fut fait dès 2011, ce malgré un départ laborieux.

Cette approche est la base du concept PATRIUM, concept applicable dans de vieux métiers traditionnels possédant des produits (quels qu'ils soient) un passé, des outils, un savoir-faire et encore quelques employés, qui sera sans doute un des seuls moyens de conserver en France un outil industriel.