

# Pinel & Pinel *success story* à la française

Ou comment, à partir d'une vieille malle, conduire en une dizaine d'années à la notoriété mondiale une marque de luxe, spécialité nationale, où les nouveaux élus sont rares.

**M**ALLETIER, Fred Pinel résume ainsi son aventure : « C'est un rêve devenu réalité ». Jugez-en par vous-même : la toute jeune maison a décroché en 2008 le « Talent d'or du luxe et de la création ». Elle figure en bonne place dans l'ouvrage de Jean Watin-Augouard sur les marques de luxe françaises paru en 2009 (éditions d'Organisation). Au Japon, elle a été élu « Maestro du XXI<sup>e</sup> siècle » par *Pen Magazine* ! Un joli palmarès pour une marque créée en 1998. Car si l'appellation Pinel & Pinel pourrait laisser croire que la tradition se perpétue de père en fils, il n'en est rien. « En fait, au cours d'un déjeuner un peu arrosé, nous réfléchissions à un nom, et quelqu'un a dit Dupont & Dupond, et c'est alors que j'ai pensé à Pinel & Pinel. » Depuis, la répétition du patronyme est justifiée par Mrs & Mr P, un couple qui s'agite joyeusement sur le site Internet de la société. Mrs P, c'est Perrine, qui a soutenu Fred quand lui est venue l'idée de se lancer dans la création de malles ; « car on m'objectait que la place était déjà prise », se souvient celui-ci. On pense bien sûr aux trois poids lourds du marché, Vuitton, Hermès et Goyard. Pour réussir à s'imposer, Fred a innové, chose qui ne s'était pas vue depuis cent cinquante ans dans cette spécialité élitiste. Mais avant d'en arriver là, le chemin a été un peu plus tortueux. « J'avais monté une boîte de pub, mais je m'y suis vite ennuyé. Alors j'ai eu la révélation du cuir... » Ensuite, Fred a découvert une valise, « il y a dix ans, chez mes grands-parents. Je l'ai démontée et j'en ai refaite une ». Parallèlement, il rachète du matériel dans un atelier en cessation d'activité, et rencontre à cette occasion un artisan, meilleur ouvrier de France, qui, lorsqu'il voit sa valise lui demande de quelle école il sort. « Lorsque je lui ai dit que c'était la première fois que je touchais de la maroquinerie, il n'a pas voulu me croire. Pour me féliciter, il m'a fait une poignée cousue main. »

Fred se forme durant quelques mois auprès de ce professionnel, mais le monopole des trois grandes marques sur les pièces détachées l'empêche de se consacrer d'emblée à la fabrication de malles. « J'ai alors observé le marché en cher-



Malle Kibako, une forêt portable gainée de cuir cousu-collé avec cornières, coins gainés de cuir et lampe horticole Osram 80 W.

chant comment y entrer sans que cela coûte trop cher. » Des amis fumeurs de cigare lui donnent une idée : « Les seuls accessoires disponibles étaient des étuis noir, marron et bordeaux. J'ai décidé de faire une collection d'étuis à cigares en croco en proposant 157 coloris différents. »

## Des couleurs arc-en-ciel

Ce grand choix de teintes fortes et contrastées reste l'une des signatures de Pinel & Pinel. Trois rencontres vont ensuite s'avérer décisives : Régis Colinet, Colette et Joseph Ettedgui. Le premier est propriétaire d'une civette bien connue des

amateurs, Le Lotus près de La Madeleine à Paris. Lorsqu'il voit débarquer Fred portant sa valise maison remplie d'étuis multicolores, il est séduit. Il passe commande et lui conseille de prendre rendez-vous avec Colette. La propriétaire de la boutique éponyme tendance de la rue Saint-Honoré prend, elle aussi, des étuis à cigares, suivis par des étuis en crocodile pour mini-briquets qui font un tabac, ainsi que des accessoires de mode. Cuir, crocodile et galuchat, autant de peaux déclinées en vert pistache, jaune citron, rouge vermillon ou orange que l'on retrouve peu à peu, signées Pinel & Pinel, chez

Victoria et Harrod's à Londres ou chez Lanc Crawford à Hongkong. Ses succès permettent de renforcer la trésorerie et en 2004, année charnière, Fred est prêt à se lancer dans l'aventure des malles. Une gageure, car elles étaient pour le moins tombées en désuétude.

## Malles concept

L'innovation ne va pas seulement résider dans un savoir-faire et une gamme chromatique séduisante, mais surtout dans l'invention de malles « concept ». La première accueille, dans une luxueuse atmosphère, un vélo pliant. Elle accroche l'œil d'un infatigable chasseur de talents implanté à Londres, Joseph Ettredgui, le créateur de la chaîne de boutiques qui porte son prénom. Il va décider de financer les prototypes de trois autres malles, destinées à accueillir de la vidéo (Movie Trunk), de la hifi Bang & Olufsen (Soprano) et pour la dernière, un bureau (l'actuelle I-Trunk). En cours de route, il est contraint de se retirer, mais en vrai gentleman, demande juste le remboursement de la moitié de son investissement. Ce sérieux coup de pouce permet le lancement des malles qui, aussitôt, remplissent les pages des magazines. Une antenne du groupe LVMH, le champagne Krugg, va passer commande d'une malle pique-nique. Un succès puisque, en une année, elle va permettre à Krugg d'emporter les plus importantes retombées presse, estimées à 7 M€, du groupe de luxe de Bernard Arnault. Suivent des commandes de Michael Jordan via Nike pour ses chaussures et d'horlogers suisses, Jaquet Droz, Piaget ou Vacheron Constantin. Les malles développées pour les montres illustrent la spécificité du savoir-faire de Pinel & Pinel, pas seulement artisanal mais aussi technologique. Elles intègrent aussi bien du son que de l'image et de l'électronique, sans oublier tout un réseau de fibres optiques, fils électriques et ampoules. Campées sur leurs roulettes, une spécificité maison, les malles Pinel & Pinel s'illuminent comme des paquebots. Les peaux qui les parent cachent des structures faisant appel au plastique et même au carbone, léger et résistant : « Nos malles sont des constructions complexes. Il faut éviter les déformations dues aux tensions, à l'hygrométrie et à la température. » L'atelier blotti au pied d'un escalier à Montmartre n'accueille que quelques rares machines. Une quinzaine d'artisans s'y activent, produisant bien entendu des malles, mais aussi des bagages, sacs à main et accessoires. Fred regrette que les métiers du cuir soient négligés : « Les gaineurs n'existent plus. Nous n'avons que des gens qui viennent de la maroquinerie et que nous formons, ou qui ont travaillé pour les grandes maisons. » Un peu éberlués, ses employés le voient débarquer avec des idées souvent déroutantes. Comme cette nouvelle malle destinée à accueillir des bonsais : « en pleine ville, elle permet d'avoir sa petite forêt avec soi... La malle Arcade, sortie en juillet dernier, et qui électrifie



Game Trunk, gainage en cuir, laiton massif, livrée avec une quarantaine de jeux de société.

déjà les quadragénaires nostalgiques des jeux électroniques de leur adolescence. « Il faut créer de l'émotion à tous les niveaux. Nous utilisons ainsi du velours de chèvre pour l'intérieur de nos sacs, c'est très sensuel », explique Fred. Et des projets, notre entrepreneur en regorge. L'arrivée de capitaux extérieurs va permettre l'ouverture d'une boutique, en décembre, rue Royale, après le lancement d'une e-shop et d'un

catalogue qu'il promet de sortir des sentiers battus. Une ligne en toile enduite est en train d'être mise au point, et pour 2011, Fred planche sur sept malles sur le thème des pêcheurs capitaux : « des malles performance pour galeries d'art contemporain ». À suivre ! ●

- Pinel & Pinel, tel : 01 45 23 11 14, [www.pineletpinel.com](http://www.pineletpinel.com)  
A partir de décembre, boutique 22, rue Royale, Paris VIII<sup>e</sup>