

# Présentation Crambes

## 1.1 Un savoir-faire, une histoire et un nom sur un marché de niche

Créée il y a 70 ans à Caussade dans le sud-ouest de la France, l'entreprise a développé un savoir-faire unique dans la conception et la fabrication de chapeau homme. Celui-ci a été reconnu en 2007 par l'attribution du label EPV (Entreprise du Patrimoine Vivant). En effet, Crambes travaille tout type de matières (tissu, feutre, paille, cuir, fourrure...) pour fabriquer des chapeaux et des casquettes. Les produits sont ensuite vendus sous différentes marques propres (Crambes, Broswell, Mistral).

Ce savoir-faire est également reconnu par des acteurs du luxe et de la mode qui confient à Crambes la fabrication de leurs chapeaux (Hermès, YSL, Céline, Lacoste, Larose Paris, Comme des Garçons, Agnès B...).

Pour compléter sa gamme, et notamment proposer des chapeaux de femme et d'enfant à ses clients, l'entreprise a développé une activité de négoce. Ces produits sont vendus sous la marque « Crambes Sélection ». La collection d'hiver se compose d'un large éventail de coiffants en feutre de laine, en maille, en fourrure, en polaire, en laine bouillie avec des couleurs et motifs classiques ou fantaisie. La collection d'été propose une grande variété de chapeaux et casquettes en pailles (naturelles ou synthétiques), des articles en tissus (lin, coton léger). Les 2 collections comportent une gamme chapeaux de pluie.

### 1.1.1 Un savoir-faire industriel

L'outil actuel de production est le plus important de France avec une capacité installée de plus de 1500 chapeaux par jour. Cet outil permet de réaliser toutes les opérations de fabrication d'un chapeau (le collage, la coupe, le montage, le formage...) et ce, avec tout type de matière (tissu, feutre, paille, cuir, fourrure...). Les produits fabriqués sont des chapeaux de diverses formes et des casquettes.

La main d'œuvre est qualifiée et fidèle à l'entreprise. Afin de répondre au mieux aux clients et de garantir la pérennité du savoir-faire, la formation interne est très développée, ce qui est un atout clef.

L'activité de fabrication génère 45% du Chiffre d'affaire total de l'entreprise et se divise entre les ventes sous marque Crambes (60%) et la sous-traitance pour des marques du luxe et de la mode (40%).

### Extraits de la Collection été



### Extraits de la Collection hiver



#### **1.1.2 Un savoir-faire en négoce**

Pour compléter sa gamme, Crambes a développé une activité de négoce : la société achète les chapeaux en Europe (principalement en Italie) et les revend sous la marque « Crambes Sélection ». Elle a développé un important réseau de fournisseurs fabricants de chapeaux. Ils ont été sélectionnés pour l'originalité de leur design et la qualité de leur fabrication.

Deux fois par an pour les collections hiver et été, le PDG et la responsable produit se rendent chez les fournisseurs pour choisir les produits qui seront vendus par Crambes. En amont, la force commerciale (agents et VRP) est sollicitée pour remonter les nouvelles demandes et tendances qu'ils ont perçues lors de leurs contacts avec les clients.

Cette activité de négoce représente autour de 55% du Chiffre d'Affaire annuel de la société.

### Exemples de chapeaux "Crambes sélection"



#### **1.1.3 Un savoir-faire commercial**

Crambes a le réseau commercial le plus performant de son domaine d'activité sur le marché avec 3 agents et de 3 VRPs et une couverture nationale. Crambes est la principale marque dans leur portefeuille produits. Ces commerciaux sont rémunérés à la commission.



SECTEUR   
**Sebastien  
 DEGRANDE**

SECTEUR   
**Didier HULLIN**

SECTEUR   
**Bruno  
 MESTRE**

SECTEUR   
**Joël  
 CASSAGNE**

SECTEUR   
  
**Pierre-Valéry  
 GULDENER**  
 Corsica  
 Représentation

SECTEUR   
  
**Olivier SALE**

Crambes travaille avec 95% des chapelleries françaises. Elle vend aussi aux forains chapeliers (>90%). Une marge de progression existe dans la couverture des magasins saisonniers.

Crambes est aussi l'actionnaire majoritaire de deux chapelleries, l'une à Toulouse et l'autre à Albi ; cela lui permet d'avoir un contact direct avec le client final.

Crambes dispose d'un réseau d'agents commerciaux et d'importateurs à l'international aussi bien en Europe (Allemagne, Espagne, Benelux, UK et Italie) que dans le monde entier (Japon, Corée, USA). L'export représente 16% des ventes totales et plus de 90% des produits vendus à l'étranger sont des produits fabriqués à Caussade.

## 1.2 Les clients

Crambes a plusieurs types de clients :

- les marques de luxe : Hermès, YSL, Céline, Lacoste
- des acteurs de la mode : Larose Paris, Comme des Garçon, Agnès B...
- les chapelleries : 95 % des boutiques en France vendent des produits Crambes
- les chapeliers forains : 90% achètent des produits Crambes qui sont ensuite revendus sur les marchés

## 1.3 Les moyens humains et l'organisation

L'effectif au 31/06/2018 est de 40 personnes auquel il faut ajouter les 3 agents commerciaux et les 3 VRP (voir organigramme).

Le personnel est plutôt âgé (moyenne d'âge 50 ans). Les départs à la retraite sont compensés par des embauches de personnes ayant une formation initiale en couture. L'équipe d'encadrement est aussi expérimentée avec une moyenne d'âge de 52 ans. Elle est constituée de trois personnes : une

responsable Produit, une responsable de Production et une responsable Administrative (Finance + RH).

La comptabilité est réalisée en interne. Les paies sont préparées en interne mais l'édition des bulletins de salaire est externalisée dans un cabinet comptable.

# Crambes presentation

## 1.4 The know-how, the history and a name on a niche market

Created 70 years ago and based in Caussade in the south west of France, the company developed a unique know-how for the design and production of men hats. This one has been recognized in 2007 with the EPV Label (Entreprise du patrimoine vivant) which highlight specific know-how belonging to French culture. In fact, Crambes used several materials to produce hats like tissues, felt, panama or leather to produce today hats and caps for men and women. The own brand used to sell the products are Crambes, Broswell or Mistral.

The know-how is recognized by luxury and fashion company, which used Crambes capabilities to produce their hats and caps (Hermes, Céline, Lacoste, \*Yves Saint Laurent, Agnès B, ...).

To add products to it own catalog, Crambes develop an activity of importation from European products. These parts are chosen for the summer and winter collection like woolly hats which can be produce internally.

### 1.4.1 An industrial know-how

The capacity of production is the most important in France with 1500 products per day. This industrial tool allows Crambes to perform all operations to produce hats (gluing, cutting, mounting, forming and sewing) with all type of material (fabrics, felt, panama, leather, cork, ...) with several shape (still available or developed).

The work load is composed of qualified people which are loyal to the company. To pursue in the way of this special know-how, all new employee is trained internally, which is a key point for the company.

The production generates the 45% of the total turnover and is splitted 60/40 between Crambes Brands and supplier for luxury or other brands.

#### Extract of Spring/Summer collection



#### Extract of Autumn/Winter collection



### 1.4.2 A know-how for Trade

To complete its collection, Crambes develops an activity of trading which consists of buying products from European factories (majority from Italy) and selling them under another brand. The company has developed a network of suppliers which has been chosen first for their quality and their original design.

Twice per year, the CEO and the product director go to the supplier to select products with criteria defined by the fashion but also by the sales force who is directly in contact with the hat shop and the wishes of the end customers.

This trade activity corresponds to 55% of the total TO of the company.

#### Extract of Trade collection



### 1.4.3 A know-how in business

Crambes has its own commercial network, which is the most relevant and performing from the domain. It is composed of 6 sales people who address the whole French territory, and they are commissioning regarding their own selling turn-over.



Area  **Sebastien DEGRANDE**

Area  **Didier HULLIN**

Area  **Bruno MESTRE**

Area  **Joël CASSAGNE**

Area   **Pierre-Valéry GULDENER**  
Corsica Representation

Area   **Olivier SALE**

Crambes sells its products to 95% of the French hat shops but also to 90% of the hat's stallholders.

Crambes is also a minority shareholder of 2 hat shops in south west of France (Toulouse and Albi) which is a good way to have a direct feedback of end customer wishes.

Crambes has also in own network of agent abroad and located in Europe (Germany, Holland, England, Spain, Italy but also in Japan, Korea and USA. The exportation represents 16% of the total sells.

## **1.5 The clients**

Crambes has several types of clients:

- Luxury brands : Hermès, YSL, Lacoste, Céline
- Fashion actors: Larose Paris, Comme des Garçon, Agnès B...
- Hats shops: 95 % of the hat's shops sell Crambes products
- Hats stallholders: 90% of them buy Crambes products

## **1.6 The human resources and the organization**

The headcount is 38 people which does not include sells people (6 on top).

The management staff is composed of 3 people: product manager, production manager and Finance/Human resource manager.

The population pyramid is high with an average at 50years. The retirement departure are compensated by new hiring of people still trained in machine sewing but this initial knowledge is completed by internal training period with leaving people during 6 to 12 months.