

**HAPPYWOOL<sup>•COM</sup>**

®

célèbre

*Phildar*

®

**120 ans**



H 66 - 10  
ALTITUDES - MADISON



H 66 - 8  
MADISON



H 66 - 9  
KADISCHA - VIZIR - ODÉON  
DRALON MODE



H 66 - 5  
MADISON - GIBOULÉES



H 66 - 7  
MADISON



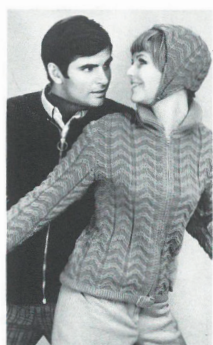
H 66 - 2  
FIRMAMENT



H 66 - 4  
KADISCHA - MADISON



H 66 - 3  
CURLING



H 66 - 1  
DRALON MODE - CURLING



H 66 - 6  
ALTITUDES - MADISON

## Les prémices d'une marque **EMBLÉMATIQUE ET PATRIMONIALE**

### De la fabrication à la distribution

**T**out commence en 1903 avec la création de la filature par les entrepreneurs Janssens et Mulliez à Roubaix. Ce sont les prémices d'une marque emblématique de l'industrie textile et lainière à Roubaix, d'où partaient chaque jour

plusieurs tonnes de pelotes de laine...

Pour commercialiser toutes ces jolies pelotes, Gérard Mulliez, père, ouvre la 1ère boutique « Les textiles d'art » à Poitiers en 1943. Très vite, elle est rebaptisée « Au fil d'Art ».



**Des débuts plus que prometteurs puisque trois ans plus tard née la marque Phildar.**

Ouverture  
de la 1<sup>ère</sup>  
boutique

Création  
de la marque  
Phildar

1903



1943

1946



## Le développement d'un modèle précurseur

Les débuts d'une renommée fondée sur 4 grands piliers pensés par son fondateur.

- ▶ Le mélange des matières pour concilier les avantages des fibres naturelles (laine & coton), avec la facilité d'entretien des synthétiques.
- ▶ Le réseau de distribution exclusif pour permettre aux personnes de toutes origines professionnelles de devenir revendeur Phildar.
- ▶ La fidélisation durable des commerçants en leur accordant des avantages spécifiques.
- ▶ L'aide aux partenaires à revendre et à développer leur chiffre d'affaires.

« Plus qu'une marque, c'est une histoire et une petite part du patrimoine français. »



### Lancement de la 1<sup>ère</sup> machine à tricoter D10

une machine mythique et révolutionnaire, qui s'invite dans le quotidien de milliers de tricoteuses

### De grands fondements laissant apparaître le modèle de franchise...

La 1<sup>ère</sup> ouvrira d'ailleurs en 1956.



« Ma grand-mère tricotait une brassière pour chaque naissance à la machine. Un rituel repris par ma mère et que je perpétue moi-même aujourd'hui sans même m'en rendre compte. Mes grands-parents ont tissé les liens de leur famille à l'image de la grande œuvre d'art qu'est Phildar »

Sylvie Delplanque,  
petite fille du fondateur

1950

1954

1956

# DE L'ÂGE D'OR

## aux premières difficultés économiques

### Les années 60 : Une expansion phénoménale « Le Tricot Folie »

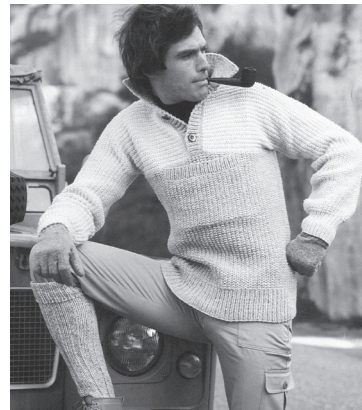
**D**ésormais, on apprend à tricoter à la maison ou à l'école !

Sans même le savoir, le DIY fait son apparition dans les foyers avec la vente de machines à tricoter...

Et pour accompagner le phénomène, Phildar lance ses premiers catalogues tricot baptisés « **Paris Mailles** » puis « **Phildar Mailles** ».



Sortie du 1<sup>er</sup> catalogue tricot



### Les années 70 : Phildar leader européen du fil à tricoter

Pour preuve du succès de la marque :

**85%** des femmes sont entrées au moins une fois dans un magasin Phildar.

Seul un établissement faisait mieux,  
Le bureau de poste... (étude de Jacques Séguéla)

PHILDAR comptait

**2200** franchises en France

**2000** franchises à l'étranger

C'est à cette époque qu'est né l'adage :

« Dans chaque ville,  
à côté de chaque église  
il y a une boutique Phildar »

1960

1965

1970

## Les années 80 : De nouvelles valeurs autour du tricot

Passage du tricot utile dans les années 70 au plaisir de faire soi-même. Cette nouvelle décennie voit **80%** des femmes se mettre au tricot.

### Tricoter devient mode !

Le fil fait son show et intègre les défilés des marques les plus prestigieuses comme **Chanel, Alaïa** ou encore **Yohji Yamamoto !**



« Une mise en lumière qui a une très belle répercussion sur l'image du tricot. Il devient moderne et mode, cela donne envie à de plus en plus de personnes de tricoter. Nos collections des plus gros fils dans les coloris écru et neutres à l'image des pièces qui défilent sont en rupture de stock, notamment l'émblématique Phil Big Sport de l'époque. »

**Jacques Voet,**  
Directeur produit et Marketing  
dans les années 2000

**Création des premiers  
ateliers tricot en boutique**

Outre les podiums, Phildar fait une entrée remarquée à la télévision, avec ses spots publicitaires dont l'un des plus marquants :

**« UN DEGRÉ EN MOINS,  
UN PULL EN PLUS ».**

Un slogan reflétant aussi la nécessité de tricoter et son côté écologique après le 1<sup>er</sup> choc pétrolier.

Une décennie marquante autour des valeurs essentielles de la marque, plus que jamais d'actualité :

**Transmission**  
**Durabilité**  
**Mode**  
**Estime de soi**  
**Partage**

Des valeurs réunies autour d'un slogan :

**« JUSTE UN PEU DE FIL  
ET VOUS ».**



## Les premières difficultés

**Depuis 30 ans, Phildar progressait de 30 à 50% par an.**

Et, tout à coup, la chute. Changement brutal et soudain du marché : Surprise, incrédulité, colère et, enfin, acceptation. L'entreprise a dû s'adapter.

« On met du temps à se résigner à une baisse durable d'un marché » rappelle Enzo Giandomenico (DGA de Phildar dans les années 2000)

« Les changements de mode, la perte du savoir-faire tricot, l'arrivée en force du prêt-à-porter à bas prix ont changé la donne : La rentabilité du réseau s'effritait, les magasins fermaient les uns après les autres. Même si l'actionnaire a toujours soutenu l'entreprise, il a fallu faire d'énormes sacrifices, réduire la voilure de l'entreprise au prix de nombreux licenciements. Cela a été très douloureux pour les dirigeants de l'époque. Cela a laissé des traces. André Mulliez, qui a été dans l'obligation de prendre ces décisions en était encore bouleversé des années après et cela l'a incité à créer le réseau Nord Entreprendre avec la volonté farouche de créer de nouveaux emplois »

1980

1985

# UNE PROFONDE CONVICTION : se recentrer sur les origines de Phildar & sur son savoir-faire

## Les années 90 : L'avènement du prêt-à-porter

**C**e boom se répercute forcément sur le marché du fil à tricoter. Phildar se lance alors dans le prêt-à-porter, la lingerie et la layette pour conquérir de nouvelles clientèles... Avant de revenir à son savoir-faire initial : le fil.

**De cette diversification naîtront de nombreuses marques :** Phildar prêt-à-porter qui est devenue Grain de Malice, et Cannelle devenue Rouge Gorge...



« Les catalogues, une force de Phildar. Avec plus de 500 modèles par an, des explications en 5 tailles, de belles photos, de beaux modèles. Nous étions les premiers à le faire, c'est une de nos plus grandes fiertés. »

**Jacques Voet,**  
Directeur produit et Marketing  
dans les années 2000



**Fondée à Roubaix en 1911,**  
la filature «La Lainière de Roubaix» a donné  
naissance à la marque Pingouin en 1927.

Pingouin a connu un rayonnement mondial  
jusqu'à la crise du marché du fil à tricoter.

La dernière usine de «La Lainière de Roubaix»  
ferme ses portes en janvier 2000 signant la  
fin de l'aventure et le rachat de Pingouin par  
son concurrent historique, Phildar.

**Rachat de la marque Pingouin**

1990

2000

2005

## Faire briller le fil à l'ère du numérique, tel était l'enjeu des années 2000 !

**A**vec son site e-commerce, Phildar entend bien conquérir les nouvelles générations, mais pas seulement. L'entreprise souhaite faire de ses modèles les éléments phares pour développer les ventes.

« Le modèle était la clé d'entrée pour toutes les clientes. Il fallait faire parler la pelote, la pelote était le modèle. », explique Hugues Danel, DG de Phildar de l'année 2000 à 2013.

### Et tout un tas d'innovations suivirent pour relancer la marque.

- ▶ Repositionner le style des modèles de façon plus moderne en s'inspirant des codes du prêt-à-porter
- ▶ S'appuyer sur les tendances mode pour rendre le tricot et la maille plus modernes
- ▶ Miser sur les catalogues : les produits phares en collaborant même avec des personnalités de l'époque.
- ▶ Le bar à pelotes ou le premier kit pour démocratiser la pratique.



Lancement du 1<sup>er</sup> site e-commerce Phildar

2006

## PORTRAIT

### Myriam Prez

« À 19 ans je donnais déjà un coup de main à maman, franchisée Phildar. Je passais mon temps à la boutique, et c'est comme ça qu'est née ma passion pour le tricot. J'organisais des défilés pour présenter les nouvelles collections et j'ai lancé les 1<sup>er</sup> ateliers tricot Phildar, c'était un grand moment de partage car les clientes m'ont elle aussi beaucoup appris... »

Une aventure qui va durer 42 ans pour Myriam, plus connue sous le doux surnom de Mimi.

Une longue carrière qui s'est terminée au siège de l'entreprise en 2023, par un joli départ à la retraite.

# De Phildar à la naissance D'HAPPYWOOL.COM

## De vaines tentatives

Il fallait se rendre à l'évidence, le fil à tricoter ne retrouverait pas les niveaux d'antan. Le prêt-à-porter et la lingerie ont été intégrés dans les boutiques pour tenter de combler la baisse des ventes de fil. L'entreprise a donné naissance au système de commission-affiliation mais cela n'a jamais vraiment permis de stabiliser le chiffre d'affaires et a brouillé l'image Phildar.

De 2015 à 2020, c'est la rupture. Les résultats, négatifs, se creusent d'année en année. Et, en 2021, le COVID a précipité la décision, juste, des actionnaires de ne plus supporter l'entreprise : C'est la cessation de paiement.

## Propulser le tricot dans le 21<sup>ème</sup> siècle

**E**ric Vandendriessche et Pierre-Jean Cayuela se sont alors mobilisés pour la reprise de l'entreprise à la barre du tribunal, ont réuni de nouveaux actionnaires, séduit par le projet et attachés à l'histoire de l'entreprise et à son implantation régionale.

Ce projet s'appuie sur 4 piliers :

- ▶ Se concentrer sur le fil à tricoter et développer le marché.
- ▶ Devenir un web company omnicanale.
- ▶ Développer le mode de travail collaboratif.
- ▶ Devenir un référent RSE.

**Dès lors, un grand plan de transformation se met en œuvre :**

La décision est prise de repositionner le siège à Roubaix, là où les marques Phildar et Pingouin sont nées et se sont développées : Renouer avec nos racines, s'ancrer pour se déployer.

Les marques Phildar et Pingouin sont repositionnées et deviennent complémentaires.

De nombreux projets sont engagés pour transformer entièrement l'entreprise :

- ▶ La Wool School
- ▶ La logistique
- ▶ Les outils interne
- ▶ Les sites e-commerce

### Année de la reprise

Nouvelles images de marque Phildar & Pingouin  
Lancement de la Wool School

2020

2021



# Présentation de NOS MARQUES

*Phildar*<sup>®</sup>

**La valeur sûre intemporelle.**

Retour aux sources pour Phildar, la marque iconique des belles mailles qui traversent le temps, et des jolis tricots que l'on se transmet de génération en génération. Son nouveau

logo, clin d'oeil néo-rétro au premier magasin « Au Fil d'Art », revendique le savoir-faire centenaire et l'amour des fils de qualité conçus pour durer, des plus belles laines et coton.

**PING  
OUIN**<sup>®</sup>

**Fun, créative & trendy.**

Un univers fun et coloré, design ludique et audacieux : ancrée au coeur des dernières tendances, la marque Pingouin propulse le tricot dans le 21ème siècle.

Au programme ? Créativité illimitée, en mode Yarn Bombing, Arm Knitting, performances artistiques ou DIY trendy, pour les grands et les petits

**ppy**<sup>®</sup>

**La mercerie nomade & responsable**

**Phildar**  
source naturelle de chaleur

Après 40ans d'absence sur le petit écran  
Phildar revient avec un spot publicitaire.



**HAPPYWOOL**.COM

## une Entreprise à Mission

**N**otre projet n'est pas seulement un projet économique de redressement. C'est aussi et surtout un projet qui nous conduit à réfléchir en impact positif. Conscients des bénéfices du tricot sur la santé, le bien-être et l'environnement, à l'opposé de la « fast-fashion ».

C'est pourquoi nous sommes devenus entreprise à mission en novembre 2022.

**Notre mission :** « Partager la joie et la sérénité, à travers les arts du fil, partout dans le monde, en respectant l'Homme et la planète ».



*Ouverture 1<sup>ère</sup> boutique au concept  
Happywool.com à Toulouse  
Création du spot publicitaire Phildar*

2022



*Lancement du site  
Happywool.com & installation des nouvelles  
enseignes magasin*

2023

Et, naturellement, toute cette transformation nous a conduit à devenir Happywool.com : une plateforme de marques spécialisée dans le fil à tricoter proposant un univers joyeux et généreux.

Avec plus de **1200 références** de fils & laines, **plus de 5 000 modèles** et toujours plus d'inspiration & d'envie. Phildar, Pingouin & PPY, et peut-être bientôt d'autres marques regroupées sous la même bannière, le même site et les mêmes magasins.

**Nous fêtons aujourd'hui les 120 ans de Phildar, sa grande résilience et sa métamorphose pour aborder cette nouvelle ère avec Happywool.com.**



 [@happywool.com](https://www.tiktok.com/@happywool.com)  [@happywool.com\\_officiel](https://www.instagram.com/@happywool.com_officiel)  [@happywool.com.officiel](https://www.facebook.com/@happywool.com.officiel)  [@happywool.com](https://www.linkedin.com/@happywool.com)

**Contact :** Lucile Deprez, Responsable Communication - [ldeprez@happywool.com](mailto:ldeprez@happywool.com)