

PORTRAIT.

Olivier Maingui, maroquinier 5^e génération

Au Fidelaire, un atelier d'irréductibles Eurois perpétue une tradition familiale ancestrale. Avec sa marque 5^e génération, Olivier fait entrer la maroquinerie, discipline déjà choisie par son arrière-arrière-grand-mère, dans la modernité.

Quand vous poussez la porte de l'atelier, ancienne chemiserie nichée au fond d'une cour en graviers, c'est d'abord l'odeur qui vous enveloppe. Un fumet organique, à la fois brut et délicat, celui du cuir. « Nous, on ne le sent plus depuis longtemps », sourit Olivier. L'Eurois colle son nez sur un des portefeuilles qu'il vient de confectionner, inspire un bon coup et hausse les épaules. « On a été baignés dedans depuis toujours ; la seule odeur que je sens encore, c'est la colle néoprène. »

15 enfants, tous maroquiniers

Car le cuir, Olivier Maingui est pour ainsi dire né dedans. Et pas qu'un peu : « Dans la famille, on est maroquiniers depuis cinq générations, précise-t-il. Mes parents travaillaient dans le sous-sol de la maison familiale à Conches. Alors si on voulait les voir, il fallait descendre à l'atelier. »

Et c'est son père Alain qui, depuis l'établissement d'à côté, entre deux collages de pièces de cuir réalisés au pinceau avec sa compagne Brigitte, raconte l'histoire familiale, qui commence au féminin : « Mon arrière-grand-mère était belge. Elle est venue aux Baux-de-Breteuil et a commencé l'activité. Ma grand-mère a eu 15 enfants, qui sont tous devenus à leur tour maroquiniers, et ont monté leurs ateliers un peu partout dans le département. »

Un accident de moto

En 2018, vingt ans après le rachat, par son père, de l'ancienne chemiserie au Fidelaire dans laquelle ils travaillent en famille, près de Conches, Olivier s'est à son tour lancé pour créer sa propre entreprise. Après avoir tenté de travailler un temps dans la vente automobile et comme barman, la petite maroquinerie l'a rattrapé, après un accident de moto qui l'a laissé alité pendant



Dans son atelier au Fidelaire, Olivier Maingui sélectionne et mesure chaque pièce de cuir avec passion et précision.

plus d'un an.

Il est alors revenu à ses premières amours. Et le nom de sa marque s'est imposé à lui : ce serait tout simplement 5^e génération. Le logo est inspiré d'une main, symbole de son savoir-faire artisanal, et du chiffre 5 qui renvoie donc à la tradition familiale traversant les époques.

Dans les locaux qu'ils partagent, tout en ayant chacun leur clientèle, ses parents confectionnent toutes sortes de petits objets en cuir de toutes les couleurs. Olivier, lui, a choisi de dessiner une gamme limitée et pointue, qu'il définit comme « sobre et chic », un peu vintage. Ses portefeuilles, porte-cartes et autres étiquettes à bagage sont uniquement en cuir de vachette italien noir ou

camel au tannage végétal. « On est sur un cuir de qualité, qui se patine dans le temps, qui prend des marques, avec un design soigné sur une matière peu brute », explique-t-il avec passion.

Fait à la main

À l'heure d'un regain d'intérêt pour la fabrication française, Olivier revendique cette expertise ancestrale : « Tout est fait à la main », garantit l'artisan, qui a fabriqué ses premiers porte-monnaie « grain de café » tout gamin.

Dans les ateliers, les machines sont les mêmes depuis 50 ans – depuis qu'Alain a commencé son activité. Ici, rien d'automatisé, l'humain est aux commandes. Olivier place ainsi

ses emporte-pièces façonnés sur-mesure sur une peau, avant d'actionner la presse hydraulique qui découpera avec précision chaque facette de sa future création. « Pour un porte-cartes, il va falloir cinq morceaux de cuir par exemple », explique-t-il.

Couper, désépaissir au dixième de millimètre près, coller, assembler, coudre, teindre, marquer l'objet... Il faut près d'une dizaine d'étapes pour aboutir à chaque création.

Des commandes par Chanel

En plus de sa marque personnelle, Olivier travaille pour des grandes marques françaises, comme Chanel ou La Bagagerie. « La dernière commande de

Chanel, c'est 100 facturiers en cuir. Ça va nous demander 15 jours de travail. »

Un vrai parti pris, quand beaucoup de marques délocalisent dans des pays à moindre coût : « Tout est parti en Chine, regrette Alain, témoin de l'évolution d'un métier qui ne fait plus guère rêver ses petits-enfants. Nous, on est restés. Mais le made in France revient, et aujourd'hui notre seule arme, c'est de miser sur la qualité. »

Et d'utiliser les nouvelles technologies pour se faire connaître : Delphine Courtois, la compagne d'Olivier, se définit volontiers comme la femme de l'ombre, celle qui travaille sans compter ses heures sur la communication, la vente, les partenariats,

l'identité de la marque. Ingénieure écologue à la base, c'est elle qui a largement contribué à la création du site internet sur lequel le couple vend les créations d'Olivier.

Et si la création d'une boutique physique n'est pas au programme (« Pas le temps ! », balaye Olivier, qui souhaite se consacrer tout entier à la confection), ils espèrent pouvoir bientôt élargir leur gamme. Sans jamais sortir de leur cœur de métier, et de leur métier de cœur : la maroquinerie.

Claire Huille

■ Plus d'infos :
www.5emegeneration.com



Le filetage consiste à passer un fer chaud sur les bords de la peau, pour les souligner et resserrer les assemblages.



Alain a près de 50 ans de métier. Brigitte, une trentaine d'années. Et ils ne semblent pas près de s'arrêter.



Un porte-monnaie dessiné par Olivier, avec le fer qui inscrit son visuel sur chacun des articles faits main.