

Le créateur du fuseau de ski est une maison de luxe singulière. Sa prospérité et sa notoriété sont l'antithèse de la mondialisation. **La signature de la marque, c'est Megève !** Une histoire centenaire, fêtée en 2026.

AAllard, 100 ans d'une maison iconique

« On ne peut pas parler de la maison AAllard de Megève sans parler du fuseau. Le fuseau est un mythe dans sa forme positive, c'est quelque chose d'extraordinaire... » La troisième génération de la famille Allard voue encore aujourd'hui un culte à un pantalon qui a révolutionné le ski et la compétition.

En 1930, quatre ans après l'ouverture de son atelier, Armand Allard crée le « pantalon sauteur ». Ce pantalon de ski, spécifique par sa forme et par son élastique sous le pied, prendra donc ensuite le nom de fuseau. En 1937, Émile Allard devient champion du monde de ski en le portant. De retour de Chamonix, le vainqueur de la descente, du slalom et du combiné attribue une partie de son succès à la création AAllard. La notoriété est faite, le fuseau devient le fer de lance de la maison, « une révolution technique qui a perduré », souligne Antoine Allard, le chef d'entreprise. D'ailleurs, « pendant plus de 30 ans (des années 30 aux années 60), quand on portait un pantalon pour aller skier, cela ne s'appelait pas un pantalon de ski, cela s'appelait un fuseau ! » Le nom est devenu usuel.

« Je m'oppose à cette image de la mode qui se démode. Un beau produit ne doit pas avoir une date de péremption »

De nos jours, la maison mégevanne en vend 300 chaque année. Le fuseau a évolué, bien sûr. Celui du siècle dernier a été créé en drap de Bonneval, ce qui semble impensable aujourd'hui. Ensuite, les tissus se sont allégés, sont devenus stretch et imperméabilisés. « Surtout, mon grand-père, qui était toujours en quête d'innovation, a participé à la création des premiers tissus "Elastiss - Sporaïse", les premiers tissus extensibles », raconte Antoine Allard.

Aujourd'hui, les tissus du fuseau sont beaucoup plus

techniques. Ce pantalon mythique, tendu avec l'élastique sous le pied mais jamais moulant, est commercialisé uniquement en collection femme, à l'inverse de sa création, où il était destiné aux hommes. « L'élégance du fuseau, c'est cette forme affinée, fuselée ».

La maison AAllard, qui fête ses 100 ans cette année, prévoit déjà de célébrer le centenaire du fuseau en 2030, lors des 26^e Jeux olympiques d'hiver organisés dans les Alpes françaises. En 2026, certains pourraient penser que la marque AAllard vieillit et qu'elle peine à se renouveler face aux tendances et à l'influence des grandes signatures de l'habillement. Mais avec plus de 5000 ventes par an, pour un chiffre d'affaires de 3 millions d'euros, Antoine Allard peut démentir toute vision passéiste, d'autant que 40 % de ses ventes séduisent des nouveaux clients. « Moi, je ne m'inspire pas de la haute couture ou de la fashion week. Je travaille beaucoup à l'instinct. »

L'héritier Allard cultive la continuité, clé de son succès. « On pense à certains clients quand on conçoit certains produits ». Seuls deux tiers de ces vêtements sont des nouveautés, mais qui peuvent rester trois ou quatre ans dans son magasin. « Mes collections, je les veux intemporelles. Je m'oppose à cette image de la mode qui se démode. Un beau produit ne doit pas avoir une date de péremption. Il doit rester beau dans le temps, c'est quelque chose de durable. »

Il travaille avec une quarantaine de fabricants en Europe, dont 25 rien qu'en Italie. Son inspiration vient des anciennes collections ou de ses fournisseurs. Les collections sont faites en très petites quantités, chaque produit est numéroté. Alors, lorsque l'on voit l'inscription « 5/25 » sur une veste, on en vient à se demander quand même s'il n'en a pas plus... Mais le maître des lieux l'assure : « 25 exemplaires d'un seul et même produit, c'est une grosse série ». À côté, un manteau n'existe qu'en huit



Antoine Allard dirige la maison AAllard. Photo Le DL/S.V.

exemplaires. AAllard apporte une grande importance aux détails et finitions de ses créations. Les coutures, les boutons, les poches, les fermetures éclair, rien n'est laissé au hasard. L'excellence requiert les meilleurs choix et sa quintessence ne se trouve qu'à Megève !

Un signe de reconnaissance

À l'heure de la mondialisation, la marque AAllard ne se trouve que dans la station Rothschild. Pas de magasin à Genève, à Courchevel ou à Chamonix, encore moins à Paris, « pourquoi le ferais-je ? » répond Antoine Allard, à la tête de 18 collaborateurs. « Moi, aujourd'hui, j'ai une entreprise familiale et je prends mes décisions avec passion. J'ai hâte de retrouver mes clients et d'être au contact de mes fabricants. Je ne suis pas un gestionnaire derrière un ordinateur. »

Quand le luxe est contrefait à tour de bras, ces dévoiements du commerce sont rares pour AAllard. Mieux, la

marque AAllard est un signe de reconnaissance des adeptes de Megève. « Tout produit AAllard vient de Megève », acheté dans l'une des deux seules boutiques de la station française.

Antoine Allard est revenu sur ses ambitions premières, celles de 2004, quand il est arrivé pour prendre la suite de son père Jean-Paul. « À l'époque, mon idée, c'était ça : mon grand-père a créé AAllard, mon père a développé la marque, alors mon boulot ce sera de mondialiser et d'avoir des boutiques un peu partout. » Deux à trois ans de réflexion auront suffi à changer de vision. Le développement est autre, le résultat tout aussi flatteur. La clientèle est française à 61 %, suisse à 10 % et issue du Moyen-Orient à 9 %.

« Aujourd'hui, le luxe appartient à des grands groupes et on n'a pas les moyens d'aller se battre contre eux. Si demain on se développait, on serait un petit parmi les grands, alors qu'aujourd'hui, on est un grand... à Megève ».

● Sébastien Voinot

Une grande fête ▶ Le 17 janvier à Megève

La maison AAllard va fêter son centenaire en public. La boutique, située sur la place principale de Megève, entre l'église et la mairie, proposera un sons et lumières samedi 17 janvier. « Ça va être un grand spectacle », confie Antoine Allard. La date a été soigneusement décidée. « Je veux une fête mégevanne. Si j'avais voulu une fête commerciale, je l'aurais fait à Noël ou pendant les vacances de février ». Son souhait : « Avoir le plus de Mégevans, de Comblorans, de Pralins, de Saint-Gervolains, de Sallanchards... possible. Tout le monde est convié, parce que si Megève n'était pas un village accueillant, nous n'aurions pas de clients ». Cette fête populaire autour d'un grand vin chaud confectionné par le chef triplement étoilé Emmanuel Renaud, où l'on profitera d'une projection de vidéo mapping, ne sera que le premier événement prévu au cours de l'année 2026.