



Le 4 décembre 2025, 20 designers intégrés se sont retrouvés chez Leborgne sur le site d'Arvillard pour visiter l'entreprise et échanger sur leurs pratiques.

Merci à toutes et tous pour votre venue et bien sûr un grand merci à Chris Thelisson et à Fabrice Pepin de nous avoir fait découvrir leur site et leur savoir-faire.

Leborgne est une entreprise créée en 1829, longtemps entreprise familiale, elle a été rachetée en 2007 par le groupe finlandais Fiskars, puis en 2019 cédée à un groupe familial Rhône Alpin - le Groupe Sextant : holding spécialisée dans les outils à main.

Actuellement, l'effectif est proche de 70 personnes sur 2 sites en Savoie, pour un chiffre d'affaires 2024 de 20M€ environ.



Les produits

Majoritairement de l'outillage à main pour les professionnels des secteurs du bâtiment, des travaux publics, des réseaux, du jardin, de la coupe du bois. Des outils grand public sont disponibles dans les GSB.



Visite de la forge

Leborgne Forge fabrique la partie métal de ses outils, qui sont soit mécano-soudés, soit forgés.

Pour la forge, la production part de barres de métal importées d'Italie (un alliage spécifique et exclusif de différentes nuances), elles sont coupées au mm prêt puis chauffées à 1200 degrés, forgées avec une presse de 1T2 puis trempées et revenues.

Cette technique évolue grâce à l'induction qui fait gagner la production en dépense énergétique.

Le métal est ensuite grenaillé puis peint majoritairement en vert mais aussi en gris, couleur la plus proche de celle de la matière, afin de protéger le produit de la rouille.



Le service R&D et Chris Thelisson

Chris Thelisson a intégré l'entreprise il y a 14 ans. Il a une double formation designer et master spécialisé avec l'Ecole des Mines ce qui lui donne une véritable légitimité à parler technique.

Il a choisi d'être designer intégré afin de pouvoir suivre les projets de A à Z et accompagner l'évolution de l'entreprise à travers les innovations, les produits, la conquête de nouveaux marchés.

L'équipe de 4 personnes du service R&D est composée de profils très complémentaires : ergonomie, bois, plastique...

Les innovations produits sont constantes, les reconnaissances régulières avec l'obtention de nombreux prix tels que des Janus du Design, des Etoiles de l'Observateur du Design ou des Red Dot Design Awards.

Lors du développement du projet des étapes de validation sont mises en place, l'ensemble de la direction est présente, un projet peut être arrêté au cours du développement s'il ne correspond pas aux objectifs que l'équipe s'est donné.

Ici le design centré utilisateur est au cœur de chaque projet.

Leborgne innove dans l'optique de se différencier de la concurrence, pour y arriver l'équipe R&D est très régulièrement présente sur le terrain : sur des chantiers, auprès des artisans pour les observer manipuler les outils, sur les salons pour être à l'écoute des professionnels. Reconnue pour ses innovations, des entreprises viennent aujourd'hui pour des demandes spéciales et donc le développement d'outils spécifiques à certains marchés.

Depuis que Chris Thelisson est arrivé il s'est donné comme objectifs :

Que Leborgne ait une identité reconnaissable.
De concevoir des outils qui répondent aux besoins et usages de leurs utilisateurs.
De valoriser les artisans et leur savoir faire avec de beaux et bons outils ainsi que des innovations utiles.

« A partir du moment où on crée un outillage pour fabriquer un outil on peut apporter un détail de différenciation qui sera un signe de reconnaissance de la marque et une valeur ajoutée, cela sans surcoût »

Proposer des produits spécifiques et performants permet aussi à l'entreprise de prendre des parts de marché et de faire du volume sur des marchés sur lesquels peu de marques sont présentes.



Le temps de développement d'un produit est de 2 ans environ et peut aller jusqu'à 5 ans quand la production est complexe.

L'atelier de production des moules est intégré, cet équipement permet lors du développement des



Une évolution du design et des gammes



Leborgne

projets de passer rapidement sur du prototype afin de recueillir les retours des artisans.

«Chaque détail sur les produits a une utilité qui correspond à une histoire : par exemple la tenaille est un outil pour retirer des pointes pas pour les sectionner pourtant régulièrement les artisans le font ce qui provoque une usure prématuée de l'outil, nous avons donc intégré une cisaille à la tenaille, cela correspond à un besoin et prolonge la durée de vie de l'outil».

Un produit iconique chez Leborgne : le marteau pour les artisans du bâtiment

C'est dans les années 80 que Leborgne développe le 1^{er} manche en fibre.

Celui-ci a évolué avec plus d'ergonomie.

Ensuite la collecte de vieux marteaux a permis de comprendre les zones d'usures et identifier les zones de casse.

Enfin en 2010 le marteau évolue pour réduire les vibrations et diminuer les TMS au niveau du coude et de l'épaule

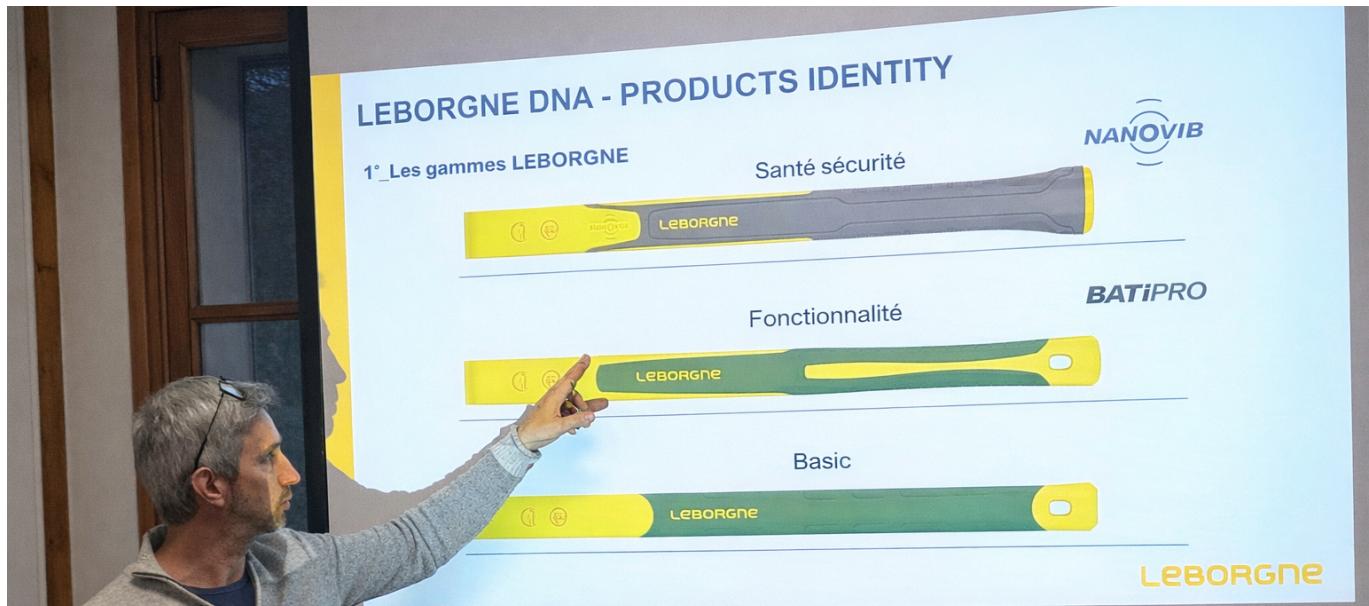
Aujourd'hui chaque détail du produit est le résultat d'une évolution liée à l'usage.

Les marteaux sont quasiment spécifiques pour chaque pays.

Les différents niveaux de gamme sont différenciés par des codes produits et des codes couleurs.

Les couleurs sont devenues une identité forte de marque.

Le jaune est un aspect visuel qui permet de repérer le produit et la marque parmi les concurrents, mais le



jaune permet aussi de voir le produit par exemple dans un univers de béton ou dans une pelouse, c'est grâce au jaune que les artisans retrouvent leurs outils.

La renommée de Leborgne s'est faite grâce aux manches remplaçables sur les outils.

C'est aujourd'hui un enjeu majeur de la R&D : travailler sur la démontrabilité des produits et leur recyclabilité.

Le travail du designer intégré consiste donc aussi à intégrer la RSE, prendre en charge la recyclabilité des produits, intégrer les ACV, mais aussi être polyvalent en travaillant sur le graphisme, les salons, le prototypage et la qualité produit.

Chris Thelisson a pris la responsabilité de la qualité produit, il y consacre du temps mais cela lui permet d'identifier les faiblesses des produits en fonction des retours en SAV et de les faire évoluer.

Les tests et bancs de test sont réalisés en interne. Les produits sont garantis 15 ans.

Être designer intégré c'est aussi avoir une connaissance fine des capacités de l'entreprise et être capable de dessiner les outils pour optimiser la production.

Retrouvez l'interview de Chris Thelisson sur notre Podcast Raconte - design intégré et sur notre site.

<https://acdi-asso.fr/index.php/podcast/>

