



**LAGUIOLE**  
en Aubrac  
Trademark of authenticity

**Activité : Fabrication de couteaux de Laguiole traditionnels**  
**Siège social : 2 rue Eugène Salette 12500 Espalion**  
**Effectif : 45** **Date de création : 1829**  
**CA à l'export : 75 %**  
**Site : [www.laguiole-en-aubrac.fr](http://www.laguiole-en-aubrac.fr)**

**LE couteau mythique, symbole de prestige et de qualité, bientôt protégé par le label IG Indication géographique.**

Le couteau Laguiole porte le nom du village du plateau de l'Aubrac qui l'a vu naître en 1829. Si son inspiration paysanne l'a ancré à un terroir, sa notoriété a depuis longtemps dépassé les frontières régionales. Dès 1880, le Tire-bouchon Laguiole envahit les cafés parisiens gérés par les Aveyronnais... le couteau bénéficie

de cette vogue. **De fabrication artisanale, toutes les étapes d'assemblage sont réalisées par un seul coutelier : ainsi chaque pièce est unique.** Des bois précieux ornent aujourd'hui le manche originellement conçu en os ou en corne. **Un certificat d'authenticité** accompagne chaque modèle, car sa notoriété en fait l'un des produits les plus copiés au monde.

La crise actuelle a engendré un regain d'attrait pour la coutellerie traditionnelle dont Laguiole en Aubrac bénéficie, et pas



seulement dans l'hexagone. **Le décret qui sous peu officialisera sa labellisation IG,** instaurera l'obligation de mentionner la provenance sur les articles : un espoir pour la société quasi deux fois centenaire de juguler une concurrence déloyale.

## Business France à vos côtés

Depuis plus de 15 ans, Laguiole en Aubrac fait appel aux services de Business France pour accompagner sa démarche à l'export. Pour aborder les marchés asiatiques, notamment le Japon où les articles de luxe sont très prisés par la clientèle fortunée, l'entreprise s'est appuyée sur les compétences des équipes locale et parisienne. Elle est également présente en Australie, à Singapour, à Taiwan, en Corée du sud et aux Emirats. Mais c'est le marché des Etats-Unis qui offre à Laguiole sa plus vaste réserve de débouchés !

Aussi, Philippe Lassaille, directeur export de l'entreprise, ne manque aucun salon outre-atlantique : *Maison & Objet* Miami, le *IHA Show* de Chicago et le *Atlanta International Gift & Home Furnishings Market* de janvier et juillet. Il est à souligner que **depuis près de 10 ans, Laguiole en Aubrac réserve un stand sur le Pavillon de Business France aux 2 sessions de NY Now.** Le salon de la ville la plus peuplée du pays est incontournable pour l'entreprise. Philippe Lassaille apprécie particulièrement : la livraison du stand clef

en main, l'accompagnement logistique qui lui permet de le personnaliser à la carte, le très bon emplacement du Pavillon qui a une forte visibilité dans l'espace *Home* et la communication très active, notamment sur les réseaux sociaux américains, qui apportent de bonnes retombées en terme d'image pour les sociétés françaises exposantes.

## L'export, c'est gagné !

Qui a déjà tenté d'exporter aux Etats-Unis connaît les difficultés d'approche et de fidélisation sur ce marché. La clientèle aisée est friande de produits de luxe mais elle est aussi très volatile. Rien n'est jamais définitivement acquis, il est indispensable de ne pas relâcher sa présence. Si exposer sur les salons permet d'entretenir les relations avec ses clients, là plus qu'ailleurs, c'est l'occasion de renouveler son carnet d'adresses qui devient vite obsolète. C'est pourquoi Laguiole en Aubrac est toujours présent lors des 2

sessions de janvier et de juillet de NY Now : exposer sur le Pavillon de Business France, c'est rester un acteur visible sur le marché américain. Les concurrents de la PME française disposent de moyens financiers et promotionnels bien plus conséquents. Mais depuis 10 ans, les boutiques, les détaillants, les grands magasins et les sites internet marchands américains repèrent sans difficulté le stand de Philippe Lassaille. Aujourd'hui, Laguiole en Aubrac est distribué par plus de 80 acteurs différents aux Etats-Unis.

“

**Philippe Lassaille - Directeur export**

Merci à Business France de nous avoir mis le pied à l'étrier. Nous souhaitons continuer cette collaboration et espérons l'étendre à d'autres pays comme l'Amérique du sud qui sera notre prochain objectif.

”