

XAVIER BOUTON (2009) ingénieur des Mines**HÉLÈNE DEREUX** ingénieur des Mines**ALEXANDRE HOLLOCOU (2009)** ingénieur des Mines

INDUSTRIE DU LUXE: LA MORT SILENCIEUSE DU GESTE ARTISANAL

Les savoir-faire artisanaux, indispensables à la survie de l'industrie du luxe française, disparaissent aujourd'hui faute de formations adaptées et de candidats aux métiers manuels. Alors que les petits acteurs du luxe cherchent désespérément à survivre, nous sommes aveuglés par les résultats des grands groupes et oublions les façonniers qui constituent le socle de cette industrie.

Les raisons de cette désaffection sont avant tout psychologiques: l'industrie du luxe, perçue comme frivole et élitiste, n'est aujourd'hui pas assumée par la société française, ce qui empêche l'État de considérer comme stratégique un secteur pourtant central dans son économie.

L VMH: 30,6 milliards d'euros, Kering Luxe: 6,8 milliards, Hermès: 4,1 milliards, etc. Des chiffres d'affaires pour l'année 2014 impressionnants et en croissance par rapport à 2013, malgré un contexte économique défavorable. Si le luxe excelle aujourd'hui en France, c'est que le terreau y est fertile. Le territoire français est une véritable mine d'or de culture et de savoir-faire centenaires. Un riche écosystème constitué d'artisans, de métiers d'art, de façonniers alimente le secteur et soutient les plus grandes marques.

« L'industrie du luxe en France regroupe plusieurs centaines de milliers d'employés »

L'ÉCLAT TROMPEUR DU LUXE FRANÇAIS

Le luxe français constitue une richesse économique pour le pays, que ce soit en termes de balance commerciale ou d'emploi: cette industrie contribue aujourd'hui autant que l'aéronautique aux exportations françaises, avec près de 20 milliards d'euros de solde net positif, et l'on estime qu'elle regroupe, entre grandes marques, sous-traitants, artisans et emplois induits dans les branches annexes, plusieurs centaines de milliers d'employés.

L'ÂME DES CHAPEAUX

Le métier de formier est l'art ardu de concevoir les formes en bois sur lesquelles les chapeliers et créateurs fabriquent leurs modèles de chapeaux. Rabots, ciseaux, râpes et gouges, tels sont les outils de ces artisans qui sculptent le tilleul et le *samba* (un bois exotique particulièrement léger et solide) pour donner forme aux folies chapeliers les plus extravagantes des créateurs de mode. Très peu d'artisans maîtrisent encore cette technique aujourd'hui en France. Parmi eux, deux frères, Lorenzo et Tino Ré, tentent de faire survivre leur savoir-faire entre Vicq-sur-Breuilh et Paris. « Avec toi, les chapeaux ont une âme », aurait confié Karl Lagerfeld à Tino Ré. Pourtant, ce savoir-faire ancestral, dont la maîtrise parfaite demande plus de dix ans de travail acharné, est aujourd'hui menacé de disparition. Lorenzo et Tino Ré sont parmi les derniers formiers du monde et s'approchent de la retraite. Faute de succession, leurs ateliers fermeront lorsqu'ils se retireront du métier. Tino Ré a pourtant formé un apprenti « pendant quinze ans », mais ce dernier a renoncé à reprendre le flambeau.

Ce *leadership* des maisons de luxe françaises cache cependant la situation douloureuse d'un grand nombre d'artisans et de sous-traitants méconnus qui maîtrisent des savoir-faire aujourd'hui menacés de disparition.

DES SAVOIR-FAIRE EN VOIE D'EXTINCTION

Le cas des formiers (voir ci-contre) est loin d'être une exception. Certaines filières de fabrication d'objets de luxe ont déjà en grande partie disparu en France. C'est le cas notamment de la production de chaussures de luxe, historiquement localisée autour de Romans-sur-Isère, dans la Drôme. La branche de la chaussure dans son ensemble se résume en 2013 à 88 entreprises employant environ 5 500 personnes, à comparer aux 437 entreprises et 62 300 employés recensés en 1980. Sur le segment du luxe, les grandes marques françaises font aujourd'hui essentiellement produire leurs chaussures en Europe du Sud, principalement en Italie, qui est devenu le pays de référence de cette industrie.

CONCURRENCE SUISSE

La filière française de l'horlogerie de luxe a, de même, vu de nombreux savoir-faire disparaître sous l'effet de la concurrence suisse, qui a acquis dans les quarante dernières années une position de leader mondial dans le domaine. L'horlogerie française, qui pouvait encore prétendre rivaliser au début des années 1970, ne tient aujourd'hui plus la comparaison. Elle se réduit en 2013 à 80 fabricants essentiellement basés dans le Jura français, employant 3 000 personnes et travaillant principalement comme sous-traitants de manufactures suisses, ce qui constitue une baisse significative par rapport aux 185 fabricants et 7 200 employés de ce secteur en 1995. L'industrie horlogère suisse est, de son côté, composée en 2013 de plus de 570 maisons, qui emploient plus de 57 000 personnes. Sur le segment particulier des montres de luxe, l'immense

majorité des grandes marques françaises ont désormais fait le choix de la fabrication en Suisse – c'est le cas notamment d'Hermès et de Cartier.

PRÊT-À-PORTER ITALIEN

Enfin, la filière française du prêt-à-porter de luxe et ses savoir-faire sont dans une situation fragile face à la concurrence étrangère et notamment italienne, le réseau dense de PME italiennes du textile ayant acquis au fil des années un rôle essentiel dans cette branche. En France, seule « une petite centaine de façonniers travaillent encore à ce jour sur le prêt-à-porter des marques de luxe ». L'étude de Lionel Fontagné et Sophie Hatte, sur les exportations mondiales de produits haut de gamme et de luxe sur la période 1994-2009, montre ainsi que l'Italie pèse en 2009 à elle seule 44 % des exportations mondiales d'habillement dans le haut de gamme (en hausse significative par rapport à 1994 où elle représentait « uniquement » 32 % de ces exportations), alors que la France ne fait, elle, même pas partie des cinq premiers exportateurs mondiaux sur ce segment.

DES PETITS ACTEURS FRAGILISÉS

Pourquoi les savoir-faire du luxe sont-ils aujourd'hui menacés de disparition ?

À partir de la deuxième moitié du ^{xx}e siècle, les habitudes de consommation se sont progressivement détournées d'un artisanat local (tailleurs, orfèvres, menuisiers) et national (maisons traditionnelles comme Saint-Louis) pour s'orienter vers la grande distribution, bien moins exigeante en termes de qualité. La mondialisation est ensuite venue fragiliser davantage les acteurs européens qui se sont vus dans l'impossibilité de concurrencer d'autres pays bien plus agressifs sur les prix.

« *Les relations entre marques de luxe et sous-traitants sont devenues asymétriques* »



© ROBERT PRZYBYSZ / FOTOLIA.COM

Les dispositifs de formation dans la chaussure, la fourrure et la ganterie ont quasi disparu.

Par ailleurs, à partir des années 1980, les marques ont pris une importance considérable et de grands groupes de luxe ont émergé. Ceux-ci ont embauché des acheteurs professionnels, fraîchement sortis d'écoles de commerce ou recrutés après une expérience dans des

secteurs tels que l'automobile ou la grande distribution. Les relations entre marques de luxe et sous-traitants, autrefois fondées sur la proximité et la confiance, sont devenues asymétriques, certaines marques exigeant une relation d'exclusivité et

renforçant la dépendance de leurs sous-traitants.

LA PERTE DU GESTE

Bon nombre d'artisans du luxe, ainsi fragilisés et aujourd'hui en âge de partir à la retraite, ne parviennent pas à transmettre leurs savoir-faire aux jeunes générations peu attirées par les métiers manuels. Les

LE DESIGN EN VOGUE

Le désamour des métiers de fabrication du luxe est d'autant plus regrettable que de nombreux autres métiers du luxe attirent les jeunes générations : les métiers de création et de design sont notamment en vogue. La composition du salon des formations et des métiers du luxe organisé depuis deux ans par Studyrama est révélatrice de cette situation : il comprend un très grand nombre d'écoles de design ou de management du luxe, mais très peu d'écoles de façonniers, qui assurent pourtant une embauche quasi certaine à la fin de la scolarité.

filières de formation manuelle sont dans beaucoup de cas des « voies de garage » plutôt que de véritables choix alors que le taux de lycéens obtenant le baccalauréat reste une obsession en France.

Cette désaffection des jeunes générations pour les métiers manuels a entraîné la disparition de nombreuses formations dans le domaine de la mode et du luxe. Les dispositifs de formation dans la chaussure, la fourrure et la ganterie ont quasi disparu, tandis d'autres filières forment des effectifs trop faibles pour répondre à la demande du secteur : c'est notamment le cas de la maroquinerie, de l'horlogerie, de la lunetterie et de la couture. Enfin, dans d'autres secteurs tels que la tannerie, les formations ne répondent plus aux besoins techniques des entreprises.

Face à cette situation catastrophique, de nombreuses institutions publiques ont mis en place des mesures d'aide en faveur des artisans et sous-traitants du secteur. Citons les chambres de commerce et d'industrie, les chambres de métiers et de l'artisanat, l'Institut national des métiers d'art, l'Institut supérieur des métiers, BPI France, ou encore les ministères de la Culture, de l'Artisanat et de l'Industrie pour les dispositifs qu'ils ont mis en œuvre. Mais les aides proposées sont dispersées et souvent insuffisantes. L'Éducation nationale reste, de son côté, absente des débats et néglige les enjeux de formation des filières du luxe.

LE MÉPRIS DES POLITIQUES

L'image du luxe n'est aujourd'hui pas assumée par la société française. Les blocages sont avant tout psychologiques et symboliques. En effet, bien que connais-

sant un succès éclatant, ce secteur est bien peu présent dans la parole politique, dans le flot médiatique ou dans la pensée économique actuelle, notamment quand on le compare à d'autres secteurs tels que l'énergie ou les nouvelles technologies.

Georges Pompidou, qui n'a jamais caché sa volonté de faire de la France une puissance industrielle de premier rang, notamment grâce aux secteurs de l'acier et de l'aérospatial ou encore en soutenant le nucléaire civil, considérait le luxe comme une industrie secondaire non compétitive. Pourtant, près de quarante ans plus tard, le luxe français jouit d'une réputation et d'une santé économique sans précédent, alors que plusieurs autres secteurs industriels connaissent ou ont connu de grandes difficultés.

Cette forme de mépris vis-à-vis du secteur du luxe est largement ressentie par les acteurs du secteur. Karl Lagerfeld, l'indétrônable directeur artistique de la maison Chanel, déclarait ainsi en 2012 lors d'une interview sur France 2 : « Toute l'industrie du luxe, qui est traitée presque comme quelque chose de pestiféré. [...] La France est connue pour les vins, la cuisine très luxueuse, la mode, les parfums et les bijoux. [...] Ces métiers-là sont traités comme si c'était une chose honteuse. »

DES VOISINS EN ORDRE DE MARCHÉ

Les réticences du monde politique français à assumer la place du luxe dans son indus-

trie sont d'autant plus dommageables que nos voisins directs soutiennent sans complexe leur industrie du luxe.

C'est notamment le cas de la Suisse, reconnue dans le monde entier comme le leader de l'industrie horlogère de luxe et haut de gamme. La Suisse compte à ce jour trois grands groupes horlogers parmi les quinze plus grands groupes de luxe mondiaux : Richemont, Swatch Group et Rolex. Ces trois grands groupes reposent sur un écosystème solide qui s'appuie sur une filière d'apprentissage reconnue, qui est composé en 2013 de plus de 570 maisons, employant aujourd'hui plus de 57 000 personnes et qui occupe une position de leader mondial de la production des montres haut de gamme. Cette industrie a pourtant connu dans les années 1970

et 1980, avec le développement du quartz et l'émergence d'une concurrence asiatique, une crise considérable qui a entraîné la suppression de plus de la moitié des emplois. L'industrie

horlogère suisse a toutefois su se redresser grâce à un sursaut national : ses acteurs se sont regroupés et ont déplacé leur activité vers le segment haut de gamme et luxe, en s'appuyant notamment sur les critères du *Swiss made*. C'est par un mouvement collectif et grâce au soutien

« *L'Éducation nationale néglige les enjeux de formation des filières du luxe* »

UNE QUESTION D'IMAGE

On constate un décalage important entre l'image que projette le luxe français à l'international et la vision que l'on peut en avoir au sein de la société française. Si l'on interroge un Allemand, un Américain ou un Chinois sur la France, ceux-ci mettront naturellement en avant le savoir-vivre français, sa haute gastronomie et ses grandes marques de luxe, alors que les politiques français auront tendance à vanter les industries « lourdes », du TGV aux centrales nucléaires.

UN HÉRITAGE ARISTOCRATIQUE LOURD À PORTER

Le dédain dont le luxe est victime s'explique en grande partie par ses racines, difficiles à défendre dans la société française. Le luxe français trouve sa source dans l'Ancien Régime, avec la création des manufactures royales sous Louis XIV, et la volonté de Jean-Baptiste Colbert de faire du luxe un moteur économique pour le pays. Le secteur reste aujourd'hui profondément lié à ses origines aristocratiques, comme l'illustre notamment l'utilisation du château de Versailles pour les défilés Chanel et les publicités Dior. Le luxe, accessible uniquement à un nombre restreint de personnes, reste en outre indissociable d'une certaine forme d'élitisme, survivance aristocratique. Cette image est difficile à assumer au pays de la Révolution et des Droits de l'homme, qui a élevé l'Égalité au rang d'un de ses principes fondamentaux.

des institutionnels locaux que l'industrie horlogère suisse a pu se réinventer. L'Italie est également exemplaire dans sa capacité à maintenir un artisanat de luxe local. Le réseau de petits acteurs du luxe est bien plus dense et organisé qu'en France. Les célèbres districts industriels italiens, qui regroupent les PME par secteur dans des zones géographiques bien déterminées, permettent à ces petits acteurs de s'organiser par branche et de se coordonner selon leurs complémentarités afin de peser dans les négociations face aux grands groupes. Dans le secteur du

luxe, on trouve répartis sur le territoire des districts spécialisés dans la joaillerie, le cuir, la chaussure, le textile et l'habillement. Ils donnent une force considérable à l'artisanat et aux petites industries du luxe, comme le montre l'exemple du district de la chaussure de la Brenta et ses quelque 900 entreprises, qui a permis le maintien et l'essor de la chaussure de luxe

« L'industrie horlogère suisse a su se redresser grâce à un sursaut national »

en Vénétie, tandis que les savoir-faire de la chaussure pour femme ont disparu du territoire français.

UN NÉCESSAIRE SURSAUT NATIONAL

La France ne manque pourtant pas de bonnes volontés. Afin de pallier le manque de formations publiques, la Chambre syndicale de la couture et l'Union française de la bijouterie, de la joaillerie, de l'orfèvrerie, des perles et des pierres ont par exemple créé leurs propres écoles. Dans six régions de l'ouest de la France, le dispositif « Trans-Faire » a permis à une

soixantaine de PME de la mode et du cuir d'être accompagnées dans leur démarche de recrutement et de formation interne. Même les grands groupes agissent à leur niveau, comme le montre la création par Chanel de la filière Paraffection, destinée à racheter et regrouper des artisans de

la haute couture, ou le développement de l'Institut des métiers d'excellence par LVMH afin d'assurer la transmission de ses savoir-faire artisanaux et de valoriser les métiers de l'artisanat auprès des jeunes générations.

Cependant, ces mesures sont limitées et dispersées, et, sans une réelle volonté de coordination des acteurs et sans soutien de la part de l'État, ces dispositifs ne permettront pas de venir à bout de difficultés aussi profondes que le désamour des jeunes générations pour les métiers manuels du luxe. L'effort à fournir pour l'État n'est pas tant financier que psychologique: il s'agit de reconnaître dans l'industrie du luxe française l'une des plus grandes richesses du pays. ■

Cet article fait suite à un mémoire de troisième année d'ingénieurs des Mines, au cours duquel ceux-ci ont rencontré de nombreux professionnels du secteur.



© JAN FAUKNER / SHUTTERSTOCK.COM

La filière française de l'horlogerie de luxe a vu de nombreux savoir-faire disparaître sous l'effet de la concurrence suisse.