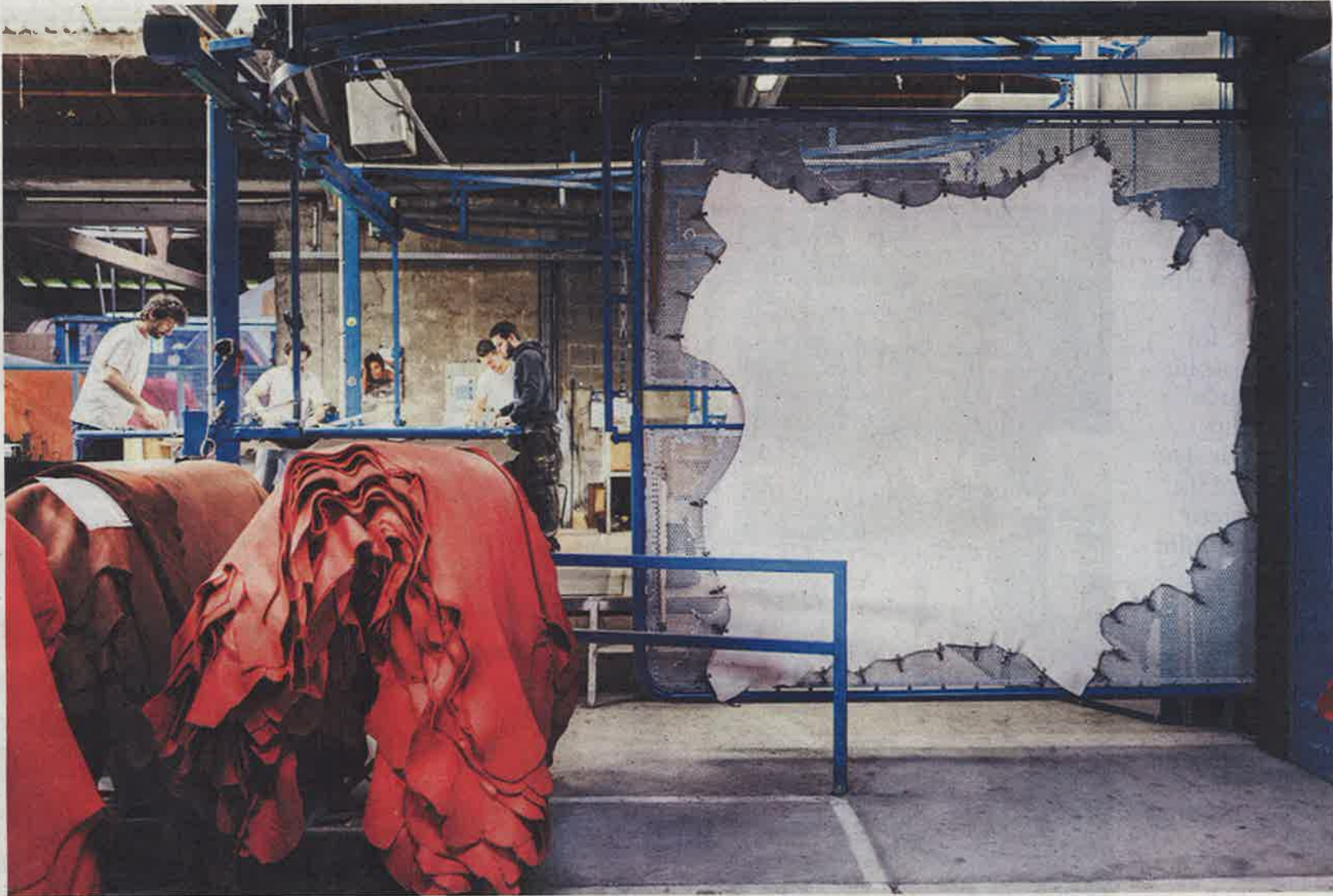


A la tannerie Rémy Carriat, à Espelette (Pyrénées-Atlantiques).
TANNERIE RÉMY CARRIAT



En trente-cinq ans, le nombre de tanneries françaises a diminué de 89%... On en comptait 460 en 1982. Elles employaient alors 10 000 salariés répartis dans 260 tanneries et 200 mégisseries (ces entreprises spécialisées dans les petites peaux d'ovins ou de caprins). « On en a vu disparaître énormément, car ces métiers ont dû affronter des mises aux normes environnementales intransigeantes. Toutes n'ont pas pu, par exemple, se doter de stations d'épuration, mais celles qui ont survécu ont su se remettre en cause plusieurs fois, s'adapter, et, surtout, innover. Elles ont investi dans des laboratoires de recherche et développement pour accompagner les demandes croissantes de références fantaisies des marques », explique Sophie Delafontaine, directrice artistique du maroquinier français Longchamp (560 millions de chiffre d'affaires en 2016 et 3 500 employés dans le monde).

Il ne reste plus aujourd'hui que 50 tanneries-mégisseries (1700 salariés) sur le territoire. Pourvoyeuses d'innovations pour le prêt-à-porter, la maroquinerie et la chaussure haut de gamme, elles étaient quasiment toutes présentes jusqu'au jeudi 9 février sur le salon Première Vision à Villepinte (Seine-Saint-Denis), dans la section Leather, qui rassemble 230 tanneurs venus également des grands pays producteurs de cuir que sont l'Italie, l'Espagne ou la Turquie.

Tirées vers le haut par les cahiers des charges proches du zéro défaut des grands maroquiniers et des marques de luxe françaises, les PME de l'Hexagone ont trouvé leur salut dans un positionnement très créatif et qualitatif. « Nous arrivons à trouver des niches qui nous permettent de rester attractifs », confirme Caroline Krug, directrice générale de la Tannerie Pechdo à Millau (Aveyron).

AGNEAU LAVABLE

Spécialisée dans les flancs de bovins (souples et résistants à destination des gants techniques pour le jardinage ou le sport), l'entreprise de 38 salariés a ainsi développé de l'agneau lavable pour des petits blousons mode qui passent à 30 °C en machine ou des cuirs tactiles qui permettent de se servir de son smartphone sans quitter ses gants.

Du tannage aux produits finis et à leur distribution, la filière représente en France 9 400 entreprises, 25 milliards d'euros de chiffre d'affaires et 130 000 salariés. « Tous produits en cuir confondus, la France est le quatrième exportateur mondial, avec un chiffre d'affaires de 9,3 milliards d'euros en 2015. Le niveau de ses exportations a enregistré

une progression de 60 % entre 2010 et 2015 », se félicite Frank Boehly, président du Conseil national du cuir (CNC), qui s'inquiète, malgré tout, pour l'avenir. Le CNC a adressé, le 24 janvier, aux candidats à l'élection présidentielle un livre blanc avec 10 propositions pour garantir à moyen et à long terme la compétitivité des entreprises.

Nombreux sont les acteurs du cuir à s'alarmer de la raréfaction de la matière première de qualité, celle que travaillent en majorité les tanneries françaises et que réclament les géants du luxe. La France voit chaque année sa consommation de viande reculer de 4 %, ce qui, en vingt-cinq ans, a divisé par deux la quantité de peaux disponibles. « La proportion de cuirs sublimes est extrêmement faible : 7 % de la production offrent une qualité parfaite et 18 % peuvent être considérés comme de premier choix, à savoir qu'ils correspondent aux critères de sélection des grandes maisons du luxe », explique Marc Brunel, commissaire du salon Première Vision Leather.

Evidemment, la qualité des peaux dépend de l'élevage. Depuis 2012, la filière a déjà consacré 19 millions d'euros à améliorer les conditions, notamment en vaccinant les veaux contre les parasites (la teigne est un

« ON SE RETROUVE SOUVENT FACE À DES FEMMES QUI PRÉFÈRENT ÊTRE CAISSIÈRES PLUTÔT QUE DE VENIR TRAVAILLER DANS NOS ATELIERS »

SOPHIE DELAFONTAINE
directrice artistique
chez Longchamp

fléau majeur), mais il faudrait élargir les injections aux vaches pour éviter la transmission et aussi régler le problème des barbelés qui laissent des cicatrices, etc.

Tout cela a évidemment un coût : le CNC estime à 240 millions d'euros l'investissement nécessaire à l'éradication de la teigne en France... « Avec ces solutions en amont, on diminuerait pourtant considérablement la dépendance de la filière à la consommation de viande », poursuit Marc Brunel. Mais cela nécessite une traçabilité des peaux aussi fiable que celle de la viande. « Et nous n'y sommes pas du tout... Les recherches avancent, mais aucune solution (puce électronique, marquage) ne résiste pour le moment aux diverses opérations chimiques et mécaniques de transformation des peaux.

Face à une demande mondiale en hausse de produits en cuir et à la pénurie de matières premières, l'approvisionnement est une préoccupation majeure, mais le déficit d'image et de visibilité de la filière entraîne de sérieux problèmes de recrutement. « Même sans croissance de la production, il y a un réel besoin de personnels, et il est difficile de remplacer les personnes qui partent à la retraite, tant au niveau des ouvriers qualifiés que des chefs d'entreprise », estime Claude-

Eric Paquin, président de la Fédération française de la chaussure, qui demande au gouvernement un soutien fiscal aux PME sur la formation des jeunes dans la durée.

Les métiers du cuir sont longtemps restés dans une logique industrielle du secret... « On laissait les portes fermées par peur des concurrents et parce que ce que l'on pouvait bien faire chez soi et comment on le faisait ne regardait personne », rappelle Caroline Krug. Mais cela change. Le travail est dur, mais il s'en dégage une vraie fierté, car ces métiers passent par le geste. Chez nous, même s'il y a des machines, c'est l'homme qui fait la différence. Et nos employés aiment transmettre. »

« LOIN DU BANGLADESH »

Parallèlement, on voit émerger des « pôles cuir » dans les régions. Les professionnels se regroupent pour identifier les problèmes auxquels ils doivent faire face et tenter de trouver des solutions ensemble. « Les tanneries françaises ne cessent d'évoluer, on s'ouvre aux autres, aux jeunes. Je fais venir des écoles. On est bien loin du Bangladesh... à nous de savoir expliquer encore et encore pour donner envie », poursuit la tanneuse de Millau.

Chez Longchamp, la majeure partie de la production de maroquinerie reste française, mais il a aussi fallu trouver des solutions à l'étranger (Tunisie et île Maurice) pour accompagner la croissance de l'entreprise et attirer du personnel. « Les bassins d'emploi montrent vite leurs limites », explique Sophie Delafontaine. Une fois qu'on a rayonné autour de nos six ateliers dispersés en France, que fait-on pour recruter dans ces métiers très féminins ? Nos employées ne peuvent pas faire 100 km pour venir travailler... Et celles et ceux qui sortent des quelques écoles de formation françaises préfèrent s'orienter vers le développement (modélisme) plutôt que vers la fabrication. On se retrouve souvent face à des femmes qui préfèrent être caissières plutôt que de venir travailler dans nos ateliers, car la France n'a pas su valoriser le travail manuel. »

Le maroquinier a donc pris les choses en main, comme beaucoup de grandes marques en Europe, en intégrant la sauvegarde de ce savoir-faire. En 2011, le premier atelier-école de Longchamp a vu le jour à Château-Gontier (Mayenne) sur une idée simple : le recrutement fondé sur la motivation, sans critère d'âge ni de niveau d'études.

En 2014, deux autres ateliers-écoles ont été ouverts par Longchamp sur ses sites de Vendée et de Mayenne. Depuis le début, 120 personnes ont pu être recrutées en CDI dans les ateliers du maroquinier français. Le CNC estime à 1 500 emplois – dont environ 1 000 dans la maroquinerie – par an les besoins de la filière (hors distribution). ■

CA. RO.

CAROLINE ROUSSEAU

Une filière cuir à la peau dure

Les entreprises françaises du secteur souffrent d'une pénurie de matière première et de difficultés de recrutement. Elles restent néanmoins compétitives et rentables, grâce à une demande toujours forte et à leur propre créativité

N'est pas « végétal » qui veut

UNE CHOSE EST SÛRE, le cuir ne peut pas être... végétal ! Par nature, par définition, le cuir est animal et non végétal. Le « cuir végétal », dont on entend de plus en plus parler, relève de l'oxymore et rend les acteurs de la filière assez nerveux. « Le mot « cuir » est protégé par le décret 2010-29 datant du 8 janvier 2010, explique Marc Brunel, commissaire du salon Première Vision Leather qui s'est tenu du mardi 7 février au jeudi 9 février au Parc des expositions de Paris-Nord-Villepinte, en Seine-Saint-Denis. L'utilisation de l'expression « cuir végétal » est donc interdite par la loi. »

La tannerie est le plus vieux métier de recyclage au monde, qui transforme en l'occurrence un déchet animal en produit valorisé. Or, quand les peaux brutes arrivent par lots dans les tanneries, elles subissent entre 25 et 30 opérations, qui nécessitent un temps incompressible de trois semaines, vouées à les rendre imputrescibles.

La profession voit une concurrence déloyale dans l'usage du mot « cuir » par ceux qui ne répondent pas aux critères stricts de sa production. Elle réclame même un contrôle plus sévère et systématique, assorti de

sanctions financières, notamment pour les entreprises étrangères qui distribuent leurs produits en France.

Tannage végétal

Le qualificatif « végétal » accolé au mot « cuir » semble être un raccourci quand il désigne un cuir qui a subi un tannage végétal à base d'écorces, de feuilles, de racines et de fruits, par opposition à un tannage au chrome. C'est donc le tannage qui est végétal, pas le cuir. Mais, parfois, ce qui est qualifié de « cuir végétal » n'est pas du tout du cuir et peut être constitué de fibre végétale ou de plastique.

Ces usages abusifs traduisent une tendance plus profonde. Si l'on consomme moins de viande, les besoins en cuir ne diminuent pas. Au niveau mondial, la consommation de cuir a atteint 195 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2015. Les critères d'exigence croissant en même temps que la demande, de nombreux acteurs réfléchissent à la création de nouveaux matériaux capables de compléter l'offre de cuir de belle qualité, qui tend à diminuer. Si l'on parle beaucoup du champignon, la recherche n'en est qu'à son commencement. ■