

Journal du Textile

Numéro 2328 ● 7 mars 2017 ● hebdomadaire

www.journaldutextile.com



LE COURT TERME bouscule le sourcing

Après des années d'irrésistible ascension, les approvisionnements français et européens de textile-habillement en Asie et en particulier en Chine, ont fléchi en 2016. Ce retournement, lié à l'inflation des devises et des coûts, mais aussi à un besoin croissant de réactivité, profite notamment au sourcing euro-méditerranéen. Page 2

SALONS

Les Salons de l'amont retrouvent des couleurs



L'optimisme est revenu dans les différents rendez-vous parisiens des matières premières, en même temps que les visiteurs, plus nombreux mais aussi plus exigeants. > Page 30

DISTRIBUTION

Eram met Tati sur le marché



En difficultés financières, l'enseigne populaire a été mise en vente par son propriétaire, le groupe Eram, qui lui-même souffrirait de la mauvaise conjoncture. > Page 6

LOGISTIQUE

La logistique déploie ses solutions omnicanal

La révolution numérique et la robotisation, les enjeux du dernier kilomètre et de la livraison urbaine bouleversent la chaîne d'approvisionnement. > Page 16



La filière française du cuir clame ses doléances

Le Cnc publie un Livre blanc avec un certain nombre de revendications qui visent à continuer à faire rayonner la filière dans le monde entier.



Le cuir est un poids lourd de l'économie française. La filière du cuir en France est constituée de 9.400 entreprises, elle emploie 130.000 salariés et génère 25 milliards d'€ de chiffre d'affaires dont 9,3 à l'export.
Metropolitan Influence

LEADER mondial pour les cuirs de veau et exotiques, troisième exportateur mondial de peaux brutes et d'articles de maroquinerie, quatrième exportateur mondial d'articles en cuir, 9.400 entreprises, 130.000 salariés, 25 milliards d'€ de chiffre d'affaires en 2016, dont 9,3 milliards réalisés à l'export. Autant d'arguments de poids que la filière française du cuir compte faire peser dans la balance lors de la prochaine élection présidentielle. A la veille de l'échéance fatidique, le Conseil national du cuir (Cnc), qui regroupe tous les syndicats de la profession, de l'amont (l'élevage) à l'aval (distribution des produits finis), fait ainsi valoir ses propositions pour continuer de «rayonner dans le monde entier», dit Frank Boehly, son président. Le Cnc a ainsi regroupé une dizaine de suggestions dans un Livre blanc, récemment dévoilé.

Au sommet des préoccupations de la filière figure une formation aujourd'hui défaillante. «Les grands groupes arrivent à s'organiser et à financer la création de leurs propres écoles en interne, souligne Frank Boehly. Néanmoins, les nombreuses Pme et Tpe de notre filière n'en ont pas les moyens.» La situation est d'autant

plus regrettable que les besoins sont là : les industriels du cuir recrutent environ 1.500 personnes par an. Outre les recrutements secs, ils remplacent les départs à la retraite, plus nombreux que les arrivées, de personnes généralement qualifiées dans ce secteur haut de gamme. Le Cnc souhaite donc une concertation entre l'Education nationale et

Seuls les grands groupes parviennent à financer leurs besoins en formation.

les fédérations professionnelles afin de mieux «répartir les formations initiales sur les territoires et de les adapter aux besoins des entreprises». L'idée majeure ? Mettre en place une formation générale cuir susceptible d'accroître l'attractivité

du secteur auprès des jeunes et de les sensibiliser à l'ensemble des métiers. Des spécialisations sur le terrain suivraient, en fonction des aptitudes des élèves et des nécessités de la filière. «Ce système permettrait ainsi de recréer des forma-

tions chaussures, alors que cette spécialité attire moins les jeunes que la maroquinerie, même si les besoins des entreprises sont faibles», estime Frank Boehly.

Parmi les priorités figure également la question de la pression sur les matières premières de qualité. Les nombreuses prises de contrôle de leurs fournisseurs de cuir par les groupes du luxe ont jeté une lumière crue sur le problème. En vingt-cinq ans, le nombre de peaux de veau français disponibles (réputées pour leur qualité) a été divisé par deux, quand la demande, à l'inverse, ne cesse de grimper. En cause, le fait, certes, que la consommation de veau en France baisse, mais surtout que les éleveurs se préoccupent peu des peaux de leur bétail (vendu surtout pour sa viande ou son lait), qui sont abîmées par les parasites (teigne), les barbelés ou les transports inadaptés (présence de boulons...). Moins de 20% des peaux de veau répondent du coup aux critères qualitatifs du luxe. La filière demande un accompagnement financier aux pouvoirs publics, afin que les éleveurs puissent effectuer des travaux de modernisation et développer la vaccination contre la teigne de leur cheptel. «La filière ne parvient à financer la vaccination que de 60 à 70% des veaux. Chaque année, on doit recommencer la même opération. En atteignant une année 100%, on éradiquerait définitivement le problème», estime Frank Boehly. Il évoque aussi le risque de voir «les grandes maisons du luxe partir s'approvisionner à l'étranger en cas de pénurie de peaux de qualité dans l'Hexagone». Ce qui serait d'autant plus dommage que «nous avons les animaux, les peaux, et que des solutions existent pour améliorer leur qualité». Et aboutir, in fine, à une solution «Made in France» de A à Z.

Autre cheval de bataille de longue date, qu'on retrouve dans le Livre blanc, la meilleure information du consommateur sur la matière cuir. Le Cnc est en guerre contre les prétendus «cuirs synthétiques» ou «cuirs vegan», en fait issus de la transformation de matières provenant de fibres de fruits, comme l'ananas,



Séduire les jeunes et mieux adapter la formation aux besoins des entreprises. Le Cnc demande la mise en place d'une formation générale cuir susceptible d'accroître l'attractivité auprès des jeunes et de mieux les sensibiliser à certains métiers. Les formations chaussures, par exemple, attirent moins que la maroquinerie alors que les besoins des entreprises y sont plus faibles. *Metropolitan Influence*



Une formation défailante.

Alors que les industriels du cuir ont besoin de recruter du personnel, ils ne trouvent pas toujours chaussure à leur pied à cause d'un déficit en formation initiale.

Cnc/P&M

colis individuels rend, en effet, cette tâche titanesque et donc quasi impossible. La dynamique de l'emploi dans la distribution devrait également être facilitée, selon le Cnc, par «un allègement de charges sur le travail peu qualifié, un recours accru à l'alternance et à l'apprentissage ou la remise en cause des surcoûts liés aux effets de seuil». Des chevaux de bataille partagés de longue date par la filière textile-habillement. Enfin, le Livre blanc évoque le sort bien peu enviable de «commerces noyés dans une réglementation en perpétuel accroissement», qui fait courir le risque d'être toujours «potentiellement en infraction». Et regrette que les promesses de simplification administrative annoncées n'aient pas été suivies d'un effet réel. Le prochain président tiendra-t-il les siennes ? A défaut d'y croire, rien n'empêche de demander...

SOPHIE BOUHIER DE L'ECLUSE ●

ou de légumes (et même de champignons), et autres faux cuirs. Or le cuir, le vrai, est strictement encadré par le décret 2010-29 du 8 janvier 2010, selon lequel cette appellation «concerne uniquement la matière obtenue de la peau animale, ensuite transformée pour être rendue impu-trescible». Mais, relève le Cnc, le décret ne tient pas compte des produits importés venant d'Europe, vendus en magasin ou via Internet. Une distorsion de concurrence injuste pour les entreprises françaises et qui incite la filière à demander l'extension de cette réglementation à l'échelle européenne. «Nous ne sommes pas contre l'innovation et la recherche pour aboutir à de nouvelles matières», souligne Frank Boehly.

Le Cnc demande que soit également intensifiée la lutte contre une autre forme de concurrence déloyale, la contrefaçon. Pour la combattre, il propose la création d'une instance interministérielle de réflexion stratégique sur le sujet et d'un guichet unique, chargé de centraliser le traitement des plaintes de consommateurs. Il souhaite aussi renforcer les compétences des tribunaux en matière de propriété intellectuelle, grâce à la spécialisation de magistrats, ou instaurer un devoir de diligence des acteurs de l'Internet en matière de contrefaçon.

Compétitivité

Comme toute organisation professionnelle qui se respecte, le Cnc plaide pour une meilleure compétitivité. Avec toujours une demande récurrente et «centrale pour dynamiser la filière», selon Frank Boehly : la suppression du plafonnement de la taxe affectée. Collectée par le Centre technique du cuir (Ctc), celle-ci permet de financer diverses actions collectives (innovation, export, soutien aux jeunes créateurs). Depuis l'instauration d'un plafond en 2012, le Ctc a ainsi dû rétrocéder plus de 4,6 millions d'€. La filière a récemment remporté une première bataille, lors du vote du projet de loi de finance

Le Cnc regrette le trop grand nombre de fermetures d'entreprises faute de repreneurs.

2017 (*Journal du Textile* n°2320, du 10 janvier 2017), avec la hausse d'un plafond qui ne cessait d'être révisé à la baisse d'année en année. Elle aimerait aujourd'hui remporter la guerre, avec l'abandon définitif d'un procédé pénalisant pour ses actions.

Une autre demande liée à la fiscalité est le

souhait d'un nouveau dispositif qui autoriserait les particuliers à «déduire de leurs revenus les pertes éventuelles réalisées lors d'investissements dans des reprises ou créations de sociétés non cotées, au même titre que les plus-values intégrées dans la base imposable». Un tel système aiderait à pérenniser les entreprises existantes et à soutenir les jeunes entrepreneurs. Le Cnc regrette en effet le trop grand nombre de fermetures d'entreprises de la filière, «faute de repreneurs», la disparition, avec leurs savoir-faire, de sous-traitants, et le nombre insuffisant d'entrepreneurs prêts à se lancer sur le marché. Certes, la profession a elle-même pris des initiatives, avec la création de l'association Adc (*Au-delà du cuir*) pour accompagner de jeunes marques innovantes, mais cela reste insuffisant pour assurer la relève. Le Cnc est, par ailleurs, en négociation avancée avec Bpifrance pour obtenir que l'organisme finance et héberge un fonds de garantie de nature à soutenir la transmis-

sion d'une entreprise, surtout quand elle est détentrice d'un savoir-faire.

Enfin, la filière réclame un cadre législatif et réglementaire mieux adapté au développement du commerce d'articles en cuir, que cela soit sous sa forme traditionnelle ou en ligne. Face à la montée en puissance de l'e-commerce, le Cnc évoque ainsi les trois orientations qui devraient, selon lui, inspirer une nouvelle politique du commerce. Il réclame que soit facilité «un développement équilibré des différentes formes de commerce» et «notamment une plus grande équité fiscale, indépendante du mode de distribution». Frank Boehly vise en particulier les pure-players, «qui inondent le marché français de produits importés sans payer la Tva et sans être assujettis aux charges acquittées par les entreprises françaises». Décidément libres de bien des contraintes, ceux-ci, souvent, «ne respectent pas non plus les appellations, et ce sans risques de contrôle par les douanes». L'envoi de



Frank Boehly, le président du Cnc. «La filière ne parvient à financer la vaccination contre la teigne que de 60 à 70% des veaux. Chaque année, on doit recommencer la même opération. En atteignant une année 100%, on éradiquerait le problème.» Patrick Alves



Mieux informer le consommateur.

Le Cnc veut que le consommateur dispose d'une meilleure information sur la matière cuir pour le distinguer notamment des «cuirs synthétiques» ou «cuirs vegan» qui ne sont pas encadrés par la même législation.

Metropolitan Influence