

Journal du Textile

Numéro 2250 ● 21 avril 2015 ● hebdomadaire

www.journaldutextile.com 



DISTRIBUTION

Pourquoi la "révolution" de La Halle a fait pschitt ?

Des spécialistes de la distribution analysent pour le Journal du Textile les raisons de cet échec. > **Page 2**

CRÉATEURS ET STYLISTES

Le Festival de la mode va faire la fête



Sous la houlette de Karl Lagerfeld, nommé directeur artistique de l'évènement, le Festival d'Hyères va fêter son 30^e anniversaire avec faste. > **Page 22**



MONDE

L'Italie table sur son Expo pour rebondir

L'Italie espère que l'Exposition universelle va doper ses activités, y compris celles de mode. > **Page 10**

Après avoir déjà ralenti l'an dernier, l'activité des griffes de luxe a encore perdu de l'élan au cours du premier trimestre 2015.

Page 6



Le luxe perd encore de l'élan

Le cuir français fait rayonner son image

Le Cnc multiplie les actions pour s'assurer de la qualité des peaux, préserver les savoir-faire, développer les formations, mieux respecter l'environnement et déployer le Made in France.

« **N**OTRE filière est magique. Nous partons d'un sous-produit de la viande et d'une peau brute pour en faire un fleuron de l'industrie française, notamment à l'export. Un produit de luxe vendu dans le monde entier. » Franck Boehly, le nouveau président du Conseil national du cuir (Cnc), élu fin 2014, a entamé sa nouvelle mission avec passion. A l'exception de Jean-Max Thierry, quelques années plus tôt, il est le seul président du Cnc, depuis sa création, à venir de l'aval de la filière : ex-détaillant lui-même, il a redressé avec succès la filiale France de Salamander, pour lequel il est toujours consultant. Il préside par ailleurs toujours la Fédération des enseignes de la chaussure. Mais pour autant, il a bien conscience du grand écart qu'il doit aujourd'hui réaliser à la tête du Cnc.

Le Cnc « a pour vocation de regrouper l'ensemble des métiers du cuir pour constituer la filière française des industries du cuir, rappelle-t-il. Nous l'animons et la représentons auprès des pouvoirs publics et en engageant des actions de lobbying et de communication. Sa mission est de faire émerger tous les sujets communs à la filière, bien que chaque métier ait des enjeux différents. Parmi ces sujets susceptibles de faire l'union entre l'amont et l'aval, de l'élevage à la distribution d'articles de cuir en passant par la tannerie, la maroquinerie et la chaussure, le Cnc recense ainsi le

FABRICATION D'UNE CHAUSSURE PARABOOT.

Les fabricants français de chaussures ont réussi à se redynamiser en se tournant résolument vers le haut de gamme. Charles Robin



« Made in France », la transmission du savoir-faire, la formation ou encore la création et la transmission d'entreprise. »

Le « Made in France » est désormais étroitement associé à un « repositionnement haut de gamme de la filière cuir ». Et ce « depuis une quinzaine d'années, rappelle Franck Boehly. Et c'est grâce à ce virage qu'elle a trouvé une nouvelle dynamique. La France est ainsi devenue le premier producteur mondial de cuirs finis de veau et exotiques, le troisième exportateur mondial de cuirs et peaux bruts, le troisième exportateur mondial d'articles de maroquinerie et le treizième pour les cuirs finis ».

Circuit complexe

Tout démarre par la qualité des peaux utilisées par la filière. Or, pour arriver à l'excellence de la matière, il faut passer par un circuit complexe, où intervient le couple éleveur-intégrateur. En France, les éleveurs ne sont, en effet, propriétaires que de 15 à 20% des cheptels dont ils s'occupent. Les 75 à 80% autres appartiennent aux intégrateurs, également propriétaires des abattoirs. Les bêtes sont d'abord élevées pour leur viande, la peau faisant partie, avec les os, le gras, la gélatine, du « cinquième quartier ». Les éleveurs sont rémunérés pour la viande et non en fonction de la qualité de la peau.

Or, cette dernière subit pendant la période de l'élevage toutes sortes d'agressions : parasites (comme la teigne), fils barbelés, très répandus en France pour

clôturer les champs, ou présence d'éléments (boulons...) dans les étables qui peuvent blesser les animaux.

Le Centre technique cuir, chaussure et maroquinerie (Ctc), l'organisme collecteur et redistributeur de la taxe affectée de la filière, s'est ainsi attaqué à l'un des problèmes majeurs de cet extrême amont : la vaccination. De 2009 à 2012, il a consacré 500.000 € à l'achat de vaccins contre la teigne, mis à disposition des éleveurs, qui ont permis de vacciner 400.000 veaux. Soit environ un tiers du cheptel existant en France.

L'effet vertueux a été clair : les éleveurs associés à ces actions continuent aujourd'hui de vacciner. Bien sûr, les conséquences sur la valorisation de la peau ne les concernaient pas. Mais ils se sont rendu compte que les veaux vaccinés étaient en meilleure santé et produisaient ainsi plus de viande. En ce qui concerne la peau, l'effet a été très significatif. « Quand on ne vaccine pas les veaux, seules 10% des peaux sont de premier choix, quand on les vaccine, on passe à 30% », souligne Franck Boehly.

Cette action de sensibilisation va-t-elle se reproduire ? « La filière se heurte à la barrière qu'est le plafonnement par l'Etat de la taxe affectée, explique le président du Cnc. Le Ctc distribue chaque année 5 millions d'€ de subventions, via sa commission de développement économique, à toute la filière à vocation industrielle (les

FRANCK BOEHLY, LE PRÉSIDENT DU CNC.

« La France, qui est un petit pays avec une grande tradition d'élevage, a réussi l'exploit de faire rayonner sa filière cuir à l'international. »



Le Cnc regroupe 8.000 entreprises

LE Conseil national du cuir regroupe dix-neuf fédérations couvrant toute la filière cuir, de l'amont à l'aval : organisations professionnelles de la production (élevage, commerce en gros, Syndicat général des cuirs et peaux), de la transformation (tannerie-mégisserie), de la fabrication (chaussure, botterie, ganterie, négoce) et de la distribution. Soit un secteur qui regroupe au total 8.000 entreprises, réalise un chiffre d'affaires de 15 milliards d'€ et emploie 70.000 salariés.

La cotisation des fédérations adhérentes au Cnc est symbolique. L'équilibre financier de celui-ci provient du groupe Sic, qui animait la Semaine internationale du cuir, un rendez-vous alors emblématique pour l'ensemble de la filière cuir, de la matière première aux produits finis, disparu il y a une vingtaine d'années. Le groupe Sic a toujours une activité d'organisateur de Salons. Il a cédé récemment Le Cuir à Paris au groupe Première Vision. Mais Sic demeure encore co-organisateur de deux Salons détenus en joint-venture, Aplf-MM&T et Acle, rassemblant les industriels du cuir du monde entier, respectivement à Hong-kong et à Shanghai. S.B.E. ●

Les Rencontres du cuir se systématisent

DEPUIS l'an dernier, le Conseil national du cuir a mis en place les Rencontres du cuir, des visites sur le terrain d'entreprises emblématiques de la filière, auxquelles sont conviés des élus régionaux, des représentants des différentes chambres (agriculture, commerce, métiers...) et les médias. Les Rencontres ont démarré en janvier 2014 chez Paraboot. Un exemple vertueux aux yeux de Franck Boehly, le président du Cnc, dans la mesure où ce fabricant de chaussures, après avoir délocalisé, s'est mis à relocaliser quasiment toute sa production en France.

La deuxième édition des Rencontres du cuir a eu lieu en octobre 2014, chez le fabricant de bracelets pour montre Camille Fournet (Ain). Enfin, la troisième édition s'est déroulée le 9 avril dernier en Alsace, à Eichhoffen, à la Tannerie Haas, spécialiste du cuir fini de veau, fournisseur des grandes mai-

sons de luxe. « Ensuite, nous irons probablement voir un gantier, une école, un distributeur et, pourquoi pas, un distributeur emblématique comme Eram, remarque Franck Boehly. De fait, on connaît Eram comme distributeur, mais on ne sait pas en général qu'il s'agit aussi du premier producteur français dans l'entrée de gamme. Il fabrique environ 5% de ce qu'il distribue dans son réseau. Alors qu'il dispose déjà de deux usines près de son siège, à Saint-Pierre-Montlismart (Maine-et-Loire), il s'appête d'ailleurs à créer une nouvelle unité plus moderne, regroupant les deux premières et les élargissant. Ce distributeur a également fondé sa propre école de formation. La preuve que, dans la production d'entrée de gamme, on rencontre les mêmes problèmes en matière de qualification du personnel que dans le haut de gamme. »

S.B.E. ●


TANNERIES HAAS.

Le nombre de tanneries-mégisseries s'est considérablement réduit en France, mais elles sont désormais positionnées sur des niches, sur des savoir-faire spécifiques.
Studio Cui Cui

distributeurs ne versent pas de taxe affectée). Et nous ne pouvons pas consacrer tous les ans 10% du budget du Ctc à de telles actions.»

Outre la problématique de la matière première elle-même, Franck Boehly évoque, un peu plus en aval, la nécessité pour le Cnc «d'intervenir pour le maintien sur notre territoire de savoir-faire exceptionnels», parfois uniques au monde. «Le nombre de tanneries-mégisseries s'est considérablement réduit en France, mais elles sont désormais positionnées sur des niches, des savoir-faire spécifiques, détaille-t-il. Nous sommes reconnus au niveau international pour le tannage de veau et pour la production d'un produit exceptionnel : l'agneau plongé. La France, qui est un petit pays avec une grande tradition d'élevage, a ainsi réussi l'exploit de faire rayonner sa filière cuir à l'international de façon remarquable, et ce face à des géants comme la Chine. La France ne compte que 44 tanneries et mégisseries, contre 56.000 pour la Chine !»

Autre exemple de cette mutation d'excellence réussie par l'Hexagone : celle des fabricants de chaussures (Repetto, Paraboot, Méphisto, Heshung...), qui se sont aussi résolument tournés vers le haut de gamme. Avec des résultats positifs. La production de chaussures a ainsi progressé de 5% en France en 2014.

Caractère exemplaire

Pour continuer de faire rayonner la bonne image de la filière cuir française, Franck Boehly souhaite aussi valoriser ses bonnes pratiques, comme le caractère «exemplaire» des tanneries françaises en termes de respect de l'environnement. Le Ctc a ainsi initié une commission transversale pour faire travailler l'ensemble de la filière à la mise en place d'une démarche Rse (responsabilité sociétale des entreprises). Une fois ce modèle défini, le Ctc sensibilisera chacune de ses fédérations, afin qu'elles fassent qualifier en termes de Rse les entreprises de leur ressort, sur la base des critères définis.

Le Ctc réfléchit aussi par ailleurs à la création d'un «label innocuité» français. L'innocuité du cuir est, en effet, «une des préoccupations majeures de la filière», rappelle Franck Boehly. Et d'énumérer les nombreuses contraintes auxquelles celle-ci doit se plier : respect des normes

européennes sur les substances chimiques, sur le dosage de l'eau et des matières volatiles, sur la teneur en matières extractibles, en matières solubles et en matières minérales solubles des cuirs, sur la teneur en ions chlorures, afin de limiter tous incidents sur la santé du consommateur.

«Les contrôles sont réalisés par le Ctc avec des outils de très haute technologie, qui permettent de mesurer des niveaux de concentration de substances chimiques très faibles, souligne-t-il. Le chrome 6 est ainsi responsable de graves allergies. La Fédération de la tannerie n'utilise que le chrome 3 et a édicté une série de bonnes pratiques afin d'éviter de générer du chrome 6. Elle recommande également les tannins végétaux.» Autre chantier, en matière cette fois de communication vers le grand public, le Cnc envisage de lutter, sur le terrain juridique, contre les appellations, à ses yeux trompeuses, faisant allusion au cuir, comme

Le Cnc réfléchit à la création d'un «label innocuité» français.

«simili-cuir», «cuir de synthèse» ou, pire et hérétique aux yeux de Franck Boehly, «cuir non animal».

Parmi les chevaux de bataille du Cnc figure aussi la formation. Un dossier que le président du Cnc qualifie de «titanesque, parce qu'il se heurte à la méconnaissance et au caractère a priori peu attractif de la filière pour les jeunes, conjugués à une approche difficile de l'apprentissage en France, où le travail manuel est méprisé. Il est quand même désolant de constater que la production ne peut pas se développer en France du fait de l'absence d'une main-d'œuvre qualifiée alors que la demande existe !» Du coup, observe Franck Boehly, «faute de trouver des salariés qualifiés, la plupart des maisons se sont mises à créer elles-mêmes leurs propres écoles de formation. Mais cela a un coût important (locaux, mobilisation du personnel pour former...), alors que ce n'est pas leur vocation initiale.»

Le luxe a sécurisé ses approvisionnements

DEPUIS l'entrée, au début des années 2000, de Lvmh chez Heng Long, important fournisseur mondial de cuir de crocodile, jusqu'à l'acquisition, fin 2013, par Chanel de Bodin Joyeux, son fournisseur en agneau plongé, la liste est longue, ces dernières années, des rachats ou des prises de contrôle de leurs fournisseurs de cuir par les maisons de luxe : Reptil Tannery of Louisiana par Hermès, Caravel, spécialiste des peaux précieuses, et Blutonic (peaux de veau) par Kering, Roux, Tannerie d'Annonay, Tannerie du Puy, tombés respectivement dans les escarcelles de Lvmh, d'Hermès et d'Epi (Weston).

«Les marques de luxe ont sécurisé, ces dernières années, leurs approvisionnements en rachetant des tanneries-mégisseries, constate Franck Boehly (Cnc). Cela leur permet de discuter directement avec les intégrateurs et de faire passer le message sur l'amélioration des peaux et

l'existence de tout un code de bonnes pratiques en matière d'élevage. Qui sait ? Les maisons de luxe vont peut-être un jour poursuivre leur réflexion d'intégration verticale jusqu'à se rendre propriétaires de leurs propres cheptels.»

Selon le président du Cnc, l'éventualité d'une mainmise des grands du luxe – au détriment de plus petits acteurs – sur les peaux de qualité, qui se raréfient, paraît improbable. «Les grands groupes ont voulu simplement sécuriser leur alimentation en matières premières. Il s'agissait d'abord pour eux d'une mesure stratégique. Et globalement, les tanneries devenues propriétés des groupes de luxe ont continué de se rendre dans les Salons internationaux, où elles ont vendu leurs peaux à de nouveaux clients.»

En ce qui concerne les évolutions des prix des matières premières, que cette situation aurait pu affecter, Franck Boehly signale que «ce mouvement est

Pour le Cnc, la clé d'un éventuel changement en la matière se situe dans les Régions, qui jouent un rôle décisionnel dans l'attribution du financement des formations. L'Aquitaine a ainsi créé un pôle d'excellence dans la filière (ganterie, chaussures et maroquinerie-sellerie). Le Conseil national du cuir va donc aller à la rencontre des instances responsables : conseils régionaux, chambres de commerce et d'industrie, chambres des métiers. Il vise avant tout les régions (Est, Sud-Ouest, Rhône-Alpes) où sont installées suffisamment d'entreprises de la filière.

Initier des clusters

C'est dans ce cadre qu'ont été initiées, l'an dernier, les Rencontres du cuir (lire par ailleurs). Dans le même esprit, le Cnc va chercher à initier des «clusters» entre les écoles, l'élevage local et les entreprises afin de créer une dynamique vertueuse, de former, de produire et de transformer sur place.

Soucieux de contribuer à la relève dans la filière cuir, le Cnc est aussi cofondateur et cofinanceur – avec la Fédération française de la chaussure – d'Au-delà du cuir (Adc), un dispositif d'accompagnement de jeunes entrepreneurs de la filière cuir. C'est ainsi qu'il a emmené récemment au Salon Aplf-MM&T, à Hongkong, une dizaine d'entreprises soutenues par Adc.

Enfin, le Cnc a un dernier chantier immédiat, plus circonscrit : celui de l'extension de son observatoire économique aux données de la distribution. Cet observatoire, principalement financé par la taxe affectée du secteur, produit toutes les statistiques de la filière cuir, y compris celles qu'utilisent les fédérations elles-mêmes. Celles-ci émanent de deux sources. D'une part, les données des Douanes, qui fournissent tous les flux d'import et d'export pour le commerce extérieur, d'autre part, celles des entreprises françaises en matière de production. «Nous avons à cet effet constitué un éventail représentatif, qui nous permet de recueillir mensuellement tous les chiffres à tous les niveaux», indique Franck Boehly. Et c'est donc dans le même esprit que le Cnc est en cours de déploiement d'un nouveau panel fiable dans le domaine de la distribution, qui regroupera des multimarques et des succursalistes du secteur. Cette extension au commerce devrait être achevée dans les deux ans.

SOPHIE BOUHIER DE L'ECLUSE ●

assez erratique. Les prix des peaux de bovins ont crû de 30% environ jusqu'en 2014, mais, aujourd'hui, on constate un net ralentissement des prix. En effet, le luxe, après s'être développé de façon exponentielle, connaît un ralentissement de la demande, lié à la politique chinoise de lutte contre la corruption et à la crise du marché russe. Du côté des peaux, cependant, le très haut de gamme n'est pas touché.»

Parmi les exceptions à une tendance récente plutôt déflationniste figure ainsi la peau de veau. La filière demeure aujourd'hui confrontée à des difficultés d'approvisionnement de cette matière première en raison de la baisse de la consommation de viande (-5% par an). Cette pénurie entraîne du coup une forte augmentation des prix des peaux brutes, majorés de 30% au cours des cinq dernières années.

S.B.E. ●