

enquête • le cuir français au top !

# Comment la filière cuir sauve sa peau !

Tradition oblige, dans le luxe, le cuir français s'impose. Tanneurs et mégisseries produisent des cuirs de grande qualité.

## Mac Douglas : comme son nom l'indique !

**D**epuis 1947 et son célèbre blouson d'aviateur que la marque réédite chaque année, le nom de Mac Douglas résonne comme celui d'un spécialiste

du vêtement de cuir. L'entreprise Boulonnaise cultive l'exigence dans la sélection de ses cuirs, réputés pour leur qualité et leur robustesse. En 1995, la marque se diversifie, misant sur la maroquinerie, «un secteur

*complémentaire puisqu'il utilise les mêmes matières et savoir-faire. Surtout, il constitue un marché 10 fois plus important que celui du vêtement de cuir, avec*

**Mac Douglas** *des prix unitaires beaucoup moins*

*élevés permettant de traiter de plus grands volumes»,* souligne Jean Maury, directeur de Mac Douglas. À ce jour, l'entreprise a confié à un licencié la fabrication et la distribution des vêtements en cuir. En revanche,

elle se concentre sur la maroquinerie, avec une fabrication française et une distribution à travers ses 5 boutiques en propre, pour un chiffre d'affaires de 15 millions d'euros, dont 10% à l'export.



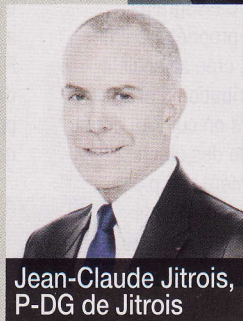
**A**vec 3,8 milliards d'euros de chiffre d'affaires, la filière française du cuir résiste en s'orientant vers le luxe.

Les cuirs des tanneries-mégisseries françaises restent très recherchés par les producteurs de produits finis, en France mais aussi à l'étranger. Et leur chiffre d'affaires progresse, avec une hausse de 15% prévue pour 2012. Autre segment porteur, la maroquinerie, qui a connu une croissance à 2 chiffres en 10 ans, et dont les produits de luxe s'exportent pour 83%. Résultat ? La France, 3<sup>ème</sup> exportateur mondial d'articles de maroquinerie, continue de gagner des parts de marché. Et ces bons résultats à l'export permettent au secteur de se développer. Les grandes marques ouvrent de nouveaux ate-

## Jitrois plus que jamais !

**L**a maison de couture Jitrois est unique en son genre. Référence dans les vêtements cuir haut de gamme et l'innovation matière, elle appartient toujours à son créateur ! Mieux, depuis sa création en 1976, son chiffre d'affaires ne cesse de croître, 9,3 millions d'euros en 2011. L'homme de la maison, Jean-Claude Jitrois, 67 ans, mesure son bonheur. «*J'ai eu la chance de me développer dans cette niche particulière, avec une croissance annuelle régulière et tranquille de 10%. Après une logique de développement française et européenne [boutiques en nom propre à Paris, Londres, Cannes, Courchevel, Luxembourg et de nombreux multimarques distributeurs en Europe], j'aborde un nouveau tournant, avec l'ouverture de boutiques*

*à Moscou, New York et, dernièrement, Beijing, dans le tout nouveau temple du luxe Yintai Center*», se félicite l'ex-élève de Lacan. Depuis toujours, le couturier privilégie le «made in France», sous-traitant sa production en France, auprès de fournisseurs indépendants. «*Heureux hasard économique, la filière cuir dans notre pays est qualitative, flexible et performante. Tous nos agneaux plongés sont "From France" et "Made in France", de même que le cuir stretch, intégralement produit dans le Sud-Ouest*», se réjouit-il. En revanche, il gère en interne, avec ses 65 collaborateurs, dans les locaux historiques du faubourg



Jean-Claude Jitrois, P-DG de Jitrois

services des meilleurs ouvriers de France pour innover. Ensemble, ils réinventent le cuir, «*notamment en mariant l'agneau plongé avec la soie, la maille, le cashmere...*, en l'enrichissant de broderies, de cristaux». On lui doit les cuirs de couleur (1980) ou les premières pièces en cuir stretch dans les années 90. «*Actuellement, je travaille les*



jitrois.

Saint-Honoré, la création et la distribution des collections. Le créateur s'adjoit également les

*cuirs exotiques, particulièrement le python qui, par un procédé purement français, va devenir stretch*», évoque le créateur, fier du travail de son bureau de style. 30 ans d'expérience confèrent à Jean-Claude Jitrois un point de vu d'expert sur la filière cuir. «*Les entreprises de la filière, majoritairement des PME, doivent miser autant sur l'innovation que la productivité. En ce sens, le Crédit d'Impôt Recherche qui leur est alloué est essentiel*», insiste-t-il. À 67 ans, l'homme reste très réactif sur les tendances du moment.

liers, les PME recrutent. En 1 an, les effectifs ont augmenté de 10%.

### Des cuirs français très appréciés

Le cheptel français (4,5 millions de veaux, 5 millions d'ovins) fournit des peaux de qualité qui se vendent en moyenne 30% plus cher que les autres peaux européennes. Un potentiel formidable pour les tanneurs-mégissiers ! C'est aussi une manne de 347 millions d'euros en termes d'exportation de peaux brutes (295 millions pour l'Union Européenne et près de 52 millions pour les pays tiers). Mais l'augmentation des besoins de l'industrie française de la maroquinerie combinée à une demande européenne de nouveau à la hausse et à l'explosion de la demande asiatique génèrent actuellement des tensions sur le marché des peaux brutes. On craint le manque de disponibilité de matières premières de qualité (déjà -2% en 2011). Pour multiplier par 4 la qualité

des peaux et porter le pourcentage de 1<sup>er</sup> choix de 10 à 30%, il est impératif d'agir sur plusieurs points : vaccination contre la teigne, bonnes pratiques d'élevage, transport des animaux... «*C'est à l'ensemble de la filière de supporter ce coût, qui n'est que facial. En effet, les investissements seraient amortis puisque les abatteurs répercuteraient cette amélioration sur les prix des peaux*», explique Denis Geissmann, Président du syndicat général des cuirs

et peaux. Le tiers des peaux restant en France pourrait ainsi satisfaire la demande très qualitative des tanneries-mégisseries et artisans maroquinières. Prêts à mettre le prix, ils n'auraient alors plus à s'approvisionner en Italie.

### Entre déclin et renouveau

Au début du XX<sup>ème</sup> siècle, l'industrie du cuir constitue la 3<sup>ème</sup> industrie française, derrière la métallurgie et le tex-

### Les petits nouveaux de la French Touch du cuir

- **Alix de la Forest** : chaussures femme, personnalisées. Les clientes choisissent leur cuir en réunion. À partir de 200 € la paire.
- **Amélie Pichard** : chaussures de stylistes, disponibles chez Sarenza.
- **Clotaire** : marque de souliers cuir made in France pour enfants, à partir de 60 euros la paire.
- **Eugène Riconneaus** : incarne la nouvelle génération de bottiers, séries limitées, à partir de 400 euros.
- **Florian Wernert** : créateur de soulier et de maroquinerie masculine et parisienne.
- **Les Cireurs** : micro-franchise de cireurs qui soignent le cuir à l'ancienne.
- **Situssor** : Anne Puissant crée des sacs à main, bagages et accessoires. 500 pièces produites l'année dernière.

## Le renouveau du sac mode à la française



### Deux filles en fil

Depuis 2007, deux Filles en Fil crée des sacs en cuir, conçus et vendus à plat, montables et démontables soi-même par un système de scratches et de pressions. S'approvisionnant auprès des excédants des entreprises de leur région angevine, bénéficiant des conseils des experts du cuir du CTC (Centre Technique du Cuir), Claire Batardière et sa belle-sœur vendent déjà 2.500 sacs par an.

Chiffre d'affaires : **250.000 €**

### Koryom

En 2009, Pascale Collart Dutilleul, fondatrice et gérante de Koryom, rachète une manufacture poitevine. La créatrice et ses 4 collaborateurs perpétuent savoir-faire artisanal. Les peaux de très grande qualité proviennent

de tanneries françaises, espagnoles et italiennes. L'atelier fabrique 100 sacs et 700 articles de petite maroquinerie haut de gamme par an, distribués en France, au Japon et en Chine

Chiffre d'affaires : **50.000 €**

### La manufacture des Rigoles

Les 1.000 pièces qui sortent de la manufacture se composent de peaux choisies pour leur qualité et leur histoire. Les cuirs prestigieux, tels que le veau Barenia, sont ainsi issus de tanneries françaises. La collection cuir est fabriquée dans un atelier de maroquinerie en région parisienne. Tannerie, maroquinerie, sérigraphie sur cuir (réalisée par la société

Beyrand)... le made in France est mis à l'honneur.

Chiffre d'affaires : **180.000 €**

## Longchamp produit deux tiers de ses collections en France

En 1948, Jean Cassegrain, propriétaire d'une civette, crée sa société de distribution d'articles fumeurs en cuir. Au début, il achète des objets, notamment des pipes, et les fait gagner de cuir par des artisans parisiens. Face au succès de la marque, et pour accompagner sa diversification, il décide de créer le premier atelier Longchamp, en 1959 à Segré (Maine-et-Loire). Au fil des années, d'autres usines fleurissent à Rémalard (Orne) en 1969, Ernée (Mayenne) en 1972 puis à Combrée (Maine-et-Loire), Château-Gontier (Mayenne) et Montournais (Vendée) dans les années 2000. Parallèlement, dès 1982, la famille Cassegrain installe des usines à l'Île Maurice, au Maroc et en Tunisie, et met en place un partenariat avec la Chine.

Aujourd'hui, 2.200 salariés travaillent pour la marque à travers le monde, 980 en France dont 750 répartis dans les 6 ateliers de production hexagonale. De quoi produire la bagagerie

dans l'univers de la maroquinerie, avec notamment son sac Plage en toile aux poignées de cuir qui sort cette année en version tout cuir. Les 236 boutiques et 1.800 points

de vente de la marque présente dans une centaine de pays, l'attendent d'ailleurs avec impatience. En forme, le maroquinier français revendique un chiffre d'affaires de 390 millions d'euros en 2011, soit un bond de 22% par rapport l'année précédente, portée par son rayonnement à l'étranger, notamment en Asie du Sud-Est où son chiffre d'affaires a explosé de 103%, mais

aussi ses innovations. Ainsi, cet été, la marque a lancé une collection de chaussures, inspirée de ses célèbres sacs à main. De la maroquinerie aux chaussures, il n'y a visiblement qu'un pas.



depuis 1960, la petite maroquinerie depuis 1995, les vêtements et chaussures pour femme depuis 2006. Toujours détenue et dirigée par la famille Cassegrain, Longchamp fait référence

de l'aéronautique, des cuirs techniques, de la sellerie ou de la reliure. En tête de liste de ces métiers d'art, la maroquinerie, composée d'une centaine de PME qui emploient 13.000 personnes et réalise un chiffre d'affaires de 1,8 milliard d'euros (90% à l'export). Selon Jean-Pierre Renaudin, président de la fédération française de la chaussure, une revalorisation s'impose. «Essentiellement en agissant sur deux axes. D'une part, la création en anticipant la mode et en se positionnant essentiellement sur un marché de désir.

de l'aéronautique, des cuirs techniques, de la sellerie ou de la reliure.

En tête de liste de ces métiers d'art, la maroquinerie, composée d'une centaine de PME qui emploient 13.000 personnes et réalise un chiffre d'affaires de 1,8 milliard d'euros (90% à l'export). Selon Jean-Pierre Renaudin, président de la fédération française de la chaussure, une revalorisation s'impose. «Essentiellement en agissant sur deux axes. D'une part, la création en anticipant la mode et en se positionnant essentiellement sur un marché de désir.

D'autre part, la technicité, la recherche de matériaux nouveaux, de procédés de fabrication différenciés et la conception de produits innovants. Autant d'éléments clés de revalorisation de la filière». D'autant que le secteur peut aussi compter sur l'image du «luxe à la française», un atout essentiel sur lequel doivent s'appuyer tous les segments.

### Haut de gamme et sur-mesure

Avec une quarantaine d'ateliers, les gantiers et bottiers français misent sur le haut de gamme et le sur-mesure, et travaillent essentiellement pour les grands noms du luxe. Tous fournissent les plus grandes maisons de haute couture, dont Jean-Paul Gaultier, Karl Lagerfeld ou Sonia Rykiel. Et certains bottiers ont même carrément été rachetés par les marques de luxe : Hermès a repris John Lobb, LVMH s'est offert Berluti, Chanel a intégré Massaro. Edgard Schaffhauser, délégué général de la fédération française de la maroquinerie, se montre optimiste. «La fabrication maroquinère emploie 19.000 salariés. Puisque les maroquiniers français créent en France, la relocalisation devrait se faire tout naturellement. Preuve en est, la reprise de l'usine Lejaby par un maroquinier auvergnat. La renommée des marques françaises de maroquinerie implique que la production reste française».

Haut niveau de qualification et transmission des savoir-faire constituent donc un enjeu essentiel pour l'avenir de la filière cuir, qui pourrait produire davantage si elle parvenait à satisfaire ses besoins en ressources humaines. «Le comité national du cuir agit sur la revalorisation de la filière en informant l'ensemble des acteurs : de l'éleveur au détaillant. Les avancées techniques, la modernisation des outils, l'aspect traditionnel sont autant d'atouts valorisant. Les formations et les titres des métiers doivent être mis en adéquation avec ces évolutions», insiste Edgard Schaffhauser. La filière cuir, trésor de notre économie, fait tout pour attirer les nouveaux talents de la mode !

Virginie Legourd



## JB MARTIN : dernier millionnaire de Fougères ?

**E**n France, les chaussures JB MARTIN, on les trouve dans les 11 boutiques en propre de la marque, les 61 magasins en franchise, sur 40 corners de grands magasins, dans 11 magasins d'usine... et même à l'international à travers les 33 points de vente de l'enseigne. L'entreprise bretonne, qui réalise 55 millions d'euros de chiffre d'affaires, dont 36% à l'export, en vendant 1 million de paires de chaussures par an, désespère pourtant de ne pas pouvoir produire en France. «Le montage des 4.000 paires

de chaussures produites par jour est réalisé hors de France», indique Claude Éric Paquin, Président du groupe. En France, les activités se concentrent sur la création, dans les 3 sites situés à Fougères (Ile-et-Vilaine), Laventie (Pas-de-Calais) et Paris, nouveau siège social, et la distribution des gammes hommes, femmes et enfants. «Nous employons 300 personnes en France, 100 pour la confection de nos collections et 200 dans nos points de ventes». Cette délocalisation de la production, Claude Éric Paquin l'explique en partie par des problèmes d'approvisionnement. «Les



Claude Éric Paquin, président du groupe JB MARTIN

peaux que nous utilisons, du veau principalement mais aussi de la chèvre et du porc pour les doublures, proviennent majoritairement d'Italie, du Pakistan et d'autres pays asiatiques». La raison ? «La filière française du cuir n'a plus les moyens de répondre à la demande, à l'exception du très haut de gamme qui, lui, peut encore être produit en France», déplore-t-il. Une bonne raison pour soutenir le secteur, non ?

