

Les PME de la joaillerie ne connaissent pas la crise

- Sous-traitantes et/ou opérant pour leur propre marque, elles profitent de la santé des groupes de luxe et de la passion de la mode pour le bijou précieux.
- Les entreprises de moins de dix salariés restent très majoritaires dans le secteur.

LUXE

Valérie Landrieu
@ValLandrieu

« Une PME bulldozer ». C'est la formule qu'utilise Philippine Pérouse pour évoquer Atelier Lutèce, l'atelier de fabrication de joaillerie qu'elle a créé en 2017 à Paris avec son associé Arnold Diveu. La jeune créatrice, qui avait débarqué sur le marché quelques années plus tôt avec des envies d'or et de précieux « pour changer des classiques », connaissait alors un joli succès avec sa marque, Pérouse Paris. Une petite entreprise traditionnelle d'une dizaine de salariés qui continue de grandir avec « une croissance saine », dit-elle. Et réalise un chiffre d'affaires de moins de 5 millions d'euros.

Le développement d'Atelier Lutèce est tout autre. Les grands groupes, en quête de capacités de production, n'ont pas tardé à frapper à sa porte. « Vuitton est arrivé en 2018, Dior a suivi six mois plus tard. Aujourd'hui, nous fabriquons des pièces uniques de haute joaillerie pour toutes les marques du groupe LVMH » (propriétaire des « Echos »), indique-t-elle.

L'activité à destination des professionnels représente près de 80 % de son chiffre d'affaires, tenu secret. « Il bouge chaque année de plusieurs millions d'euros », s'excuse la jeune entrepreneuse. Tirée par la croissance des géants du luxe, sa PME a doublé le nombre de ses salariés en un an, à 90 personnes.

3,5 milliards d'euros

Inflation ou pas, la haute joaillerie française connaît de belles heures. Le marché, qui enregistre une croissance de plus de 30 % depuis 2019, affiche une production de plus de 3,5 milliards d'euros, pour plus de la moitié destinée à l'export, selon les dernières données disponibles, qui datent de 2021. Et le rythme n'a pas faibli en 2022, confient les professionnels. Qu'elles soient sous-traitantes

des grandes maisons de la Place Vendôme – c'est un cas de figure prédominant même si certains noms comme Cartier ont toujours tenu à internaliser pour tout ou partie leur fabrication –, qu'elles fabriquent et commercialisent leur propre marque, les PME profitent de la santé éclatante des poids lourds du secteur. Et de la nouvelle passion du monde de la mode pour les bijoux précieux.

« Nous doublons notre activité chaque année », confie – sans donner de chiffres – Tamar Artaner. Avec sa mère Mounia, la jeune femme a créé en 2016 la maison de haute joaillerie qui porte son nom, en s'appuyant sur le savoir-faire d'un père et mari qui fut longtemps artisan pour les prestigieux donneurs d'ordre.

« Tailles critiques »

« La filière s'est confortée aux cours des dernières années. Les PME ont dépassé les tailles critiques », observe Bernadette Pinet-Cuog, présidente exécutive de l'Union française de la bijouterie, joaillerie, orfèvrerie, des pierres et perles. Si les très petites entreprises, de moins de dix salariés, restent très majoritaires dans le secteur (quelque 2.500 sur un peu plus de 2.600

en 2021), le nombre de structures de plus de 20 salariés ne cesse d'augmenter (75 en 2021, soit +14 % depuis 2019). Elles sont principalement situées en Ile-de-France et en Auvergne-Rhône-Alpes. Certaines se font racheter ; leurs savoir-faire sont recherchés.

« Le secteur dispose aujourd'hui d'un très bel outil de production en termes de capacité et de compétitivité et des entreprises familiales, telles que Messika, qui se dédie totalement aux consommateurs finaux marque le marché de façon très prégnante », signale la cheffe de file. La success story Messika illustre avec éclat la montée en puissance de la joaillerie indépendante.

Créée en 2005 par Valérie Messika, fille d'André, un diamantaire réputé de la place parisienne, la marque a dépoussiéré le bijou ruineux, par son design, sa communication et ses porte-drapeaux stars, comme Beyoncé et la top model Gigi Hadid. Elle est devenue une valeur phare de la joaillerie, avec des prix qui vont de 600 à 300.000 euros.

Présente dans 75 pays, l'entreprise parisienne, qui compte plus de 300 salariés, viserait cette année les 150 millions d'euros de ventes, selon la presse spécialisée. Le dernier chiffre d'affaires déclaré, en 2017, était de 90 millions d'euros. Messika n'a pas fait le choix de s'installer dans le Saint des saints des joailliers : la Place Vendôme. Contrairement à la maison Tournaire. Avec ses 4 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2022, soit une croissance de près de 20 % sur un an, la PME de la Loire n'aurait, elle, pour rien au monde manqué cette consécration.

Montée à Paris il y a dix-huit ans, la petite maison de haute joaillerie, aujourd'hui dirigée par Mathieu Tournaire, le fils du fondateur, et dont le capital reste à 75 % familial, surfe sur une niche : les métaux précieux et les univers architecturaux. Elle a choisi depuis longtemps de travailler avec de l'or recyclé. « C'est désormais dans l'air du temps », note la consultante Muriel Piaser, qui réunit depuis 2019 pour les grands acheteurs une trentaine

« Des marques indépendantes, porteuses de messages forts – en particulier environnementaux – pour le consommateur, sortent du lot et sont regardées de près par les grands groupes du luxe. »

MURIEL PIASER
Consultante

Dior reprend deux sous-traitants dans le Rhône

La maison du groupe LVMH a acheté FG Manufacture et Oteline, deux entreprises labellisées Entreprises du patrimoine vivant, pour « intégrer l'ensemble de la chaîne de production dans la haute joaillerie ».

Stéphane Frachet
— Correspondant à Lyon

Consolider et sécuriser la base industrielle, en renforçant le haut de gamme, c'est la stratégie que Bernard Arnault, le président de LVMH (propriétaire des « Echos »), exposait aux analystes financiers

fin janvier. Et c'est ce que Christian Dior, l'une des « maisons » du groupe de luxe, dirigée depuis peu par Delphine Arnault, a fait l'été dernier en reprenant Oteline et FG Manufacture, deux PME de la région de Lyon opérant comme sous-traitants pour les grandes marques, en bijouterie et joaillerie.

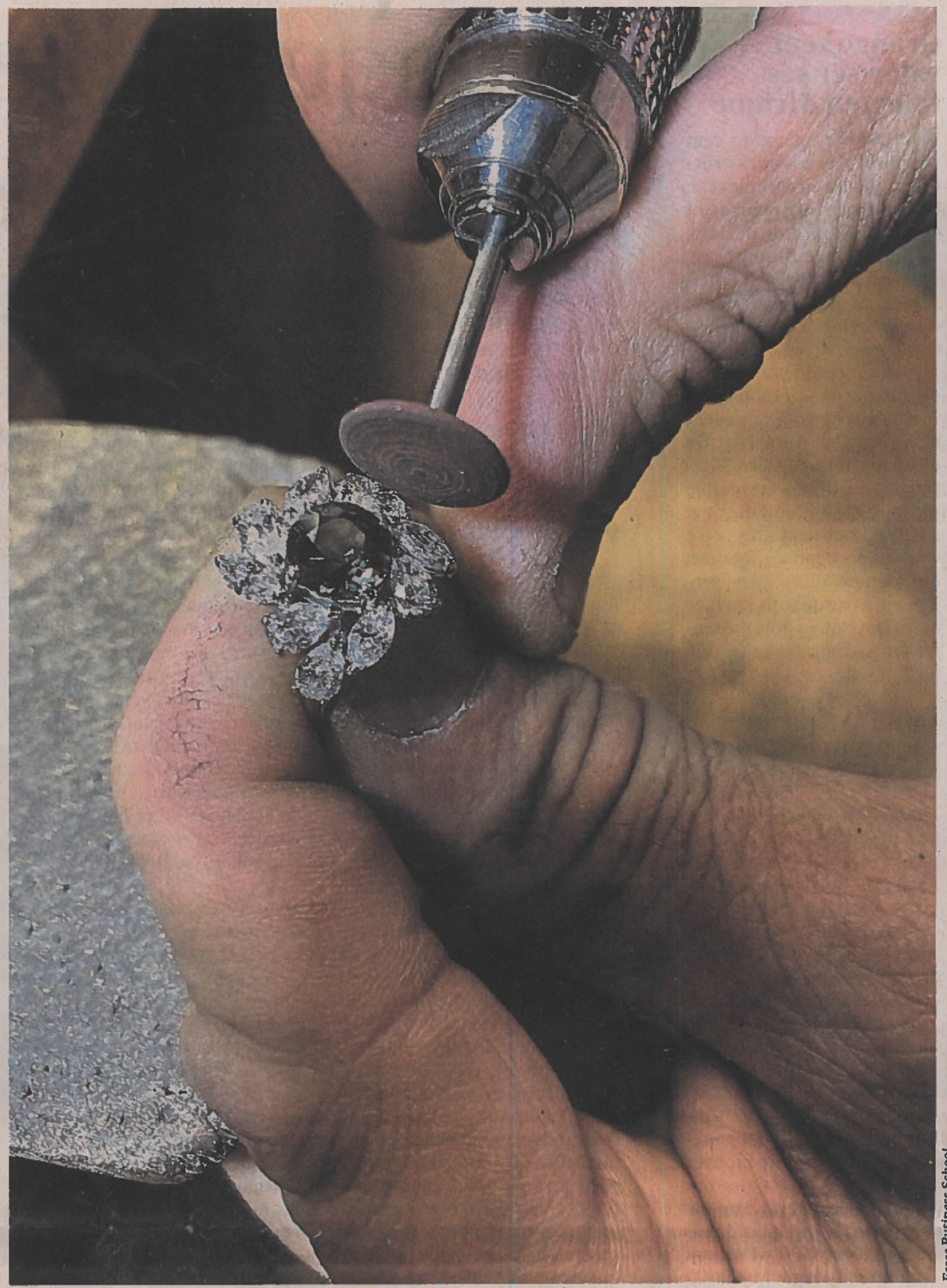
Christian Dior, qui a lancé son département joaillerie à la fin des années 1990 sous la bague de la créatrice Victoire de Castellane, ne disposait pas jusqu'à présent d'une assise industrielle intégrée pour ses bijoux, en France.

Fin 2022, la société a également pris le contrôle d'un autre de ses

sous-traitants, Pedemonte Group, cette fois, en Italie.

Enjeu de main-d'œuvre

Si Oteline, spécialiste de la haute joaillerie créé en 1999, rejoint le giron du groupe, son ancien propriétaire et patron, Tony Maquaire, en conserve la direction opérationnelle. L'atelier installé à Rillieux-la-Pape (Rhône) emploie aujourd'hui une soixantaine de personnes. A Villeurbanne, FG Manufacture couvre, avec ses 360 salariés, l'ensemble des métiers du bijou. Point commun des deux PME : elles sont labellisées Entreprises du patrimoine vivant, une garantie de leurs savoir-



Le marché de la haute joaillerie française enregistre une croissance de plus de 30 % depuis 2019.

de nouveaux talents lors d'un événement parisien, baptisé « Precious Room ».

Relance de vieilles maisons

Aux yeux de cette dernière, une évolution du marché de la joaillerie est notable : « Des marques indépendantes, porteuses de messages forts – en particulier environnementaux – pour le consommateur, sortent du lot et sont regardées de près par les grands groupes du luxe ». Une nouvelle scène qui mise sur le « phytal » (vente physique et digital) pour se faire une place au soleil.

Mais ce que tout le monde observe avec attention aujourd'hui, c'est la relance récente, par des professionnels du luxe, de très vieilles maisons qui ont fait la réputation de la France en matière de haute joaillerie, à l'instar de Copin, Rouvenat ou encore Vever. Reprise en 2021 par la septième génération épaulée d'investisseurs, après quatre décennies de sommeil, cette dernière se donne comme ambition de s'adapter aux enjeux environnementaux et sociétaux du XXI^e siècle. Au programme, ivoire végétal, diamant de synthèse et or recyclé. ■

A Lyon, les écoles appuient sur l'accélérateur

150 diplômés sortent chaque année des formations en joaillerie en Auvergne-Rhône-Alpes. Il en faudrait au moins le double. Le secteur s'active.

A la rentrée prochaine, la Haute école de la joaillerie s'implantera dans la capitale des Gaules. L'institution créée en 1867 forme plus de 600 personnes par an, du CAP BEP au master. « Lyon est le deuxième bassin de production de la joaillerie française, avec beaucoup de sous-traitants de grandes marques de luxe », explique Michel Baldocchi, directeur général de cet établissement indépendant affilié à l'Union française de la bijouterie joaillerie, déjà présent à Reims (Marne), non loin de la maison Cartier, et à Aix-en-Provence (Bouches-du-Rhône).

Pour ce centre d'apprentissage, en formation initiale et continue, la Haute école de joaillerie loue 300 mètres carrés dans le 8^e arrondissement lyonnais. Elle vise une trentaine d'alternants par an, dans un premier temps.

Glypticien et opérateurs

Le conseil régional d'Auvergne-Rhône-Alpes, chargé du schéma des formations, a recensé un millier de postes à pourvoir sur trois ans dans les entreprises de la filière. Pour l'heure, le tissu régional ne forme que 150 diplômés par an. « Si nous n'ouvrons pas rapidement des places, nos entreprises risquent d'avoir à renoncer à des marchés », alerte Jacques Blanchet, vice-président LR de la région chargé de la formation, en appelant les centres de formation à « aller chercher des candidats

éloignés de l'emploi ». Alors que les métiers de la bijouterie joaillerie n'attirent pas assez de jeunes, les entreprises du secteur s'ouvrent déjà aux reconversions professionnelles. « Elles cherchent des professionnels avec des savoir-être. Il nous revient de leur enseigner les savoir-faire », dit Stéphanie Sallasc, au GRETA CFA Lyon Métropole, qui organise des formations professionnelles pour adultes, et lancera des cycles en joaillerie à la rentrée prochaine.

Pour élargir le vivier et détecter la minutie des candidats, certaines entreprises, comme Charles Perroud ou Otlone, recrutent grâce à des méthodes de simulation et de mise en situation avec le soutien de Pôle emploi.

Les entreprises s'ouvrent déjà aux reconversions professionnelles.

L'appel d'air concerne tous les métiers de la filière, mais à des degrés divers. « Il nous faut conserver des métiers à faible flux, comme le glypticien qui grave sur pierre dure et pour lequel il n'y a qu'une offre tous les deux ou trois ans », expose Michel Baldocchi. En revanche, sertisseurs, polisseurs, commerciaux, designers, infographistes et prototypistes sont toujours recherchés. « L'essentiel des recrutements concerne l'industrie », précise le dirigeant de la Haute école de la joaillerie. Comme dans les autres secteurs manufacturiers, les opérateurs sur machines à commande numérique manquent. — S. F.