



n° 5 - Septembre 2021

Influences

Secrets de fabrication

L'expérience de l'essentiel



L'histoire s'écrit en

BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

L'AGENCE ÉCONOMIQUE RÉGIONALE DE BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

- › **ACCOMPAGNER** le maintien et le développement de l'activité économique et de l'emploi sur le territoire
- › **SOUTENIR ET DÉVELOPPER** l'innovation et l'éco-innovation
- › **APPUYER** les stratégies de développement économique du territoire
- › **PROMOUVOIR** l'attractivité économique du territoire

À chaque étape du développement d'une entreprise :
un interlocuteur unique assure un accompagnement professionnel
et un suivi personnalisé en toute confidentialité.

SERVICES AUX ENTREPRISES

- › Ingénierie de projet d'entreprise
- › Ingénierie de projet innovant
- › Ingénierie technique, financière, juridique, RH
- › Recherche de foncier et d'immobilier d'entreprises
- › Mise en relation et recherche de partenaires



› VOTRE CONTACT À L'AER : **Anne FALGA**
afalga@aer-bfc.com // +33 (0)3 81 81 82 83



Maison de l'Économie - 46 avenue Villarceau - 25000 Besançon
T. +33(0)3 81 81 82 83 - F. +33 (0)3 81 81 99 40

Maison Régionale de l'Innovation - 64 A rue Sully - CS 77124 - 21071 Dijon Cedex
T. +33 (0)3 80 40 33 88 - F. +33 (0)3 80 40 34 02

www.aer-bfc.com - contact@aer-bfc.com



Conception : AER Bourgogne-Franche-Comté
Directeur de la publication : Arnaud Marthey
Rédactrice en chef : Martine Abrahamse-Pleux

Ligne éditoriale : Monique Gosselin
Conception graphique : Sandrine Lestienne
Imprimé par : L'Imprimeur Simon



ISSN 2679-2737

InfluenceS,

Histoires d'hommes, de femmes, de territoires,
de racines et de défis

“ *Le choix de l'implantation
est déterminé par plusieurs facteurs
tels que l'existence de bassins historiques
de savoir-faire.* ”

Bénédicte Épinay, Comité Colbert.

« *Le luxe a 10 000 ans* ». Peut-être n'appelait-on pas cela luxe mais l'homme créait déjà des objets dont l'esthétique travaillée, les savoir-faire mis en œuvre exprimaient la quintessence d'un art et d'un esprit tournés vers le beau.

Qu'il s'agisse du bois fourni par les forêts avoisinantes, qu'il s'agisse de pierre ou de terre trouvées à proximité, et un peu plus tard de métal ou de verre... des savoir-faire sont nés, les Hommes ont écrit l'histoire de cette alchimie qui résulte de la rencontre des talents et des territoires.

Demain prend racines aujourd'hui

« *On s'inspire du passé pour créer l'avenir...* », une petite phrase du Président des activités mode de la maison Chanel résume ce qui fait la quintessence du luxe. Associer ces savoir-faire séculaires, les adapter et innover sans cesse pour les pérenniser. Aujourd'hui en Bourgogne-Franche-Comté, les entreprises écrivent ce qui sera demain la continuité de l'histoire. Une histoire qui dépasse les limites de la région. Il ne reste presque rien du moulin de Charbouilla d'où partit Louis Vuitton dont le nom est maintenant mondialement connu.

L'authentique en réponse à la crise

La Bourgogne-Franche-Comté est une région discrète, résiliente aussi certainement. Elle a surmonté les crises, celle de l'horlogerie ou du phylloxera par exemple. Pour poursuivre son chemin, elle cultive l'art de la main, le goût de l'innovation, l'attrait de la rupture technologique, la poésie du récit.

La Bourgogne-Franche-Comté discrète, certes, s'inscrit pourtant dans les grandes tendances du moment, dans les transitions du siècle. Elle se réinvente, elle préserve son environnement, elle entretient sa différence : industrielle et nature, High tech et traditionnelle, attachée à son histoire et initiatrice de projets.

N°5

Ce numéro cinq d'Influences a pour objectif de révéler les talents présents en Bourgogne-Franche-Comté et de mettre en lumière ce qui ne se voit pas. Un exemple comme un clin d'œil : saviez-vous que l'un des composants du très célèbre n°5 de Chanel est un extrait de bourgeon du cassis noir de Bourgogne cultivé dans notre belle région ?

Bonne lecture !
La rédaction



Arnaud Marthey

Président de l'AER Bourgogne-Franche-Comté



La Bourgogne-Franche-Comté, terres de solutions.

En ce début de décennie, les défis ne manquent pas. À la lecture de ce 5^e numéro d'InfluenceS, la Bourgogne-Franche-Comté confirme sa capacité à être un vivier de solutions pour apporter des réponses aux transitions majeures qui s'offrent à nous.

Des réponses pour les consommateurs d'abord, qui s'orientent de plus en plus vers des produits « made in France » ou mieux « made in local ». Nos territoires recèlent de traditions, de produits de qualité, fiables, accessibles et qui portent haut les valeurs de la Bourgogne-Franche-Comté.

Des réponses également aux enjeux environnementaux.

Nos entreprises industrielles font preuve d'excellence pour mettre en œuvre tous les moyens qui permettent de préserver leur environnement naturel et s'engagent avec conviction dans la transition énergétique.

Dans les territoires, les initiatives se multiplient et l'innovation s'inscrit de plus en plus dans les politiques locales.

La transformation digitale indispensable pour pérenniser les activités se fait, ici, en y associant tradition, savoir-faire et art de la main. La robotisation est de ce fait développée pour concentrer les activités humaines sur les opérations à haute valeur ajoutée.

L'Agence Économique Régionale agit aux côtés de la Région, des territoires et des entreprises pour écrire de nouvelles pages de cette fantastique histoire d'excellence industrielle, reconnue et estimée.

InfluenceS a 5 ans !

D'année en année, le magazine découvre de nouveaux talents, de nouvelles histoires de femmes, d'hommes, d'entreprises et de territoires.

Bienvenue en Bourgogne-Franche-Comté, territoire de tous les possibles.

La Bourgogne-Franche-Comté reste peut-être encore un peu trop discrète. Nous avons à cœur de partager avec vous ses secrets. Si comme le soulignait le docteur Louis Pasteur « la chance ne sourit qu'aux esprits bien préparés », « le hasard sait toujours trouver ceux qui savent s'en servir » lui répondrait certainement le nivernais Romain Rolland.

Les réussites en Bourgogne-Franche-Comté ne doivent rien au hasard ni à la chance. Elles sont l'œuvre d'acteurs qui savent utiliser des savoir-faire séculaires, les moderniser pour les perpétuer.

Elles sont le résultat d'une alchimie parfois mystérieuse entre les acteurs et leurs environnements.

Une alchimie faite de rencontres qui composent des récits, nos traditions.

La localisation idéale de notre région fait le reste :

elle rend accessible des activités ancrées et nous ouvre sur le monde.

Martine Abrahamse-Pleux,
Directrice générale de l'AER BFC

Sommaire

INTRODUCTION	3
ÉDITOS	4
NOS SECRETS DE FABRICATION	6
REMERCIEMENTS	7
LA PREMIÈRE DE COUV'	7
TENDANCES > Luxe & savoir-faire d'exception	8
OBJETS DE LUXE EN VITRINE	10
REGARD SUR LE LUXE > L'entretien : Bénédicte Épinay, déléguée générale du Comité Colbert	12
UN LIEU > Le Parc Naturel Régional du Haut-Jura	14
HOMMAGE > Louis Vuitton	18



QUINTESSENCE

UN LIEU > Le Parc Naturel Régional (PNR) du Morvan	20
DES SAVOIR-FAIRE D'EXCEPTION	22
PORTRAIT > Claire Briottet	23
RENCONTRE > Vinésime	24
ENTRETIEN > Pianos Lacanche	26
PARCOURS > Poterie Normand	28



VERTU

UN LIEU > Le PNR des Forêts de Champagne et de Bourgogne	32
DES SAVOIR-FAIRE D'EXCEPTION	35
GRAND ANGLE > Jocelyn Gelé / Benoît Convers	36
REGARDS CROISÉS > Manton	40
RENCONTRE > Manufacture Métis	42
RENCONTRE > La Chênaie	44
ENTRETIEN > Faïencerie Georges	46
PARCOURS > Livres en Vignes	48



TRANSITIONS

UN LIEU > Le PNR des Ballons des Vosges	52
LE VIN & LE CHANGEMENT CLIMATIQUE	53
L'AVIATION CIVILE EN MOUVEMENT	60
TECHNOLOGIES DIGITALES & LUXE	64
LES TECHNOLOGIES & LA MAIN	66



POSTÉRITÉ

LES SAVOIR-FAIRE EN MÉCANIQUE HORLOGÈRE ET MÉCANIQUE D'ART DE L'ARC JURASSIEN	72
L'HORLOGERIE FRANÇAISE EN MOUVEMENT	73
ILS ÉCRIVENT L'HISTOIRE DE L'HORLOGERIE	74
LA BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ, TERRE DE RÉUSSITE	76
ACCOMPAGNER LES VOCATIONS	77
PLAN DE RELANCE	78
LA BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ, DES PROJETS DANS LE TERRITOIRE	79

AGENDA	81
CARNET	82
INFLUENCES, DÉJÀ PARUS	83
LA DERNIÈRE DE COUV'	83

InfluenceS

Nos secrets de fabrication

Nos complices

Monique Clémens

Journaliste spécialisée dans l'économie régionale, discrète collaboratrice de journaux nationaux, elle aime montrer l'humain, l'innovation et les belles réalisations.

Emmanuel Robert-Espalieu

Écrivain, photographe, davantage habitué aux feux de la rampe des théâtres parisiens, il nous prête sa plume pour raconter ses rencontres avec des entrepreneurs attachés à leurs territoires.

Laurent Cheviet

Reporter-photographe, il capte son territoire au présent et sous toutes ses facettes. Sa spécialité : saisir des instants parfois mystérieux, ajouter une touche artistique à l'image de l'industrie.

ENTREPRISES *par ordre d'apparition*

Exploitation Philippe Bonnet, Atelier Jean-Pierre Lépine, L'Atelier des Savoir-Faire, Le Relais Bernard Loiseau, Le Château de Thard, Le Syndicat des Fabricants du Cassis de Dijon, La Maison Briottet, Vinésime, Lacanche, Manufacture Normand, Les Villas du Parc, Les Ruchers de Darbois, Association de la Truffe Côte d'Orient, Château de Germigney, Restaurant Le Parc, Ibride, Cristallerie La Rochère, Mantion, Manufacture Métis, La Chênaie, Groupe Charlois, La Faïencerie Georges, Livres en Vignes, Distillerie Paul Devoille, Le Conservatoire de la Dentelle de Luxeuil-les-Bains, RKF Luxury Linen, Les Pépinières Guillaume, La Tonnellerie Rousseau, Robin Aircraft, Avions Mauboussin, Skinsoft, Luxogood, Groupe Silvant, STSI, Manufacture Péquignet, Le Centre du Luxe.

PARTENAIRES *par ordre d'apparition*

Parc Naturel Régional du Haut-Jura, Parc Naturel Régional du Morvan, Parc Naturel National des Forêts de Champagne et de Bourgogne, Parc Naturel Régional des Ballons des Vosges, France Éclat, Le Conseil Régional de Bourgogne-Franche-Comté, Le Campus des Métiers et des Qualifications Maroquinerie et Métiers d'Art, Destination Saône-et-Loire, Pays Charolais-Brionnais.

PHOTOGRAPHES *par ordre d'apparition*

Christophe Deschanel (1, 7, 45), Laurent Cheviet (11, 18, 26, 27, 30, 35 à 43, 50, 56 à 63, 66 à 75, 77, 78, 84), Monique Gosselin (11, 17, 37, 41, 79), Gérard Benoît-à-la-Guillaume (14), Emmanuel Robert-Espalieu (15 à 17, 20, 21, 32 à 34, 52 à 54, 80), Frédérique Plas (47), Arnaud Finistre (58), Sandrine Lestienne-Courbet (76), Samuel Carnovali (77), DSL71 Paris Bernard (80), Pays Charolais-Brionnais COMZY (80), DR.

Notre équipe

Anne Falga

Si vous cherchez à entrer dans cet univers si secret, Anne peut en être la clé. Elle connaît les moindres recoins de ces territoires où se développent savoir-faire, expertises et produits fabriqués au sein d'ateliers animés par la passion.

Monique Gosselin

Une passion, le goût de la découverte. Apprendre, étudier l'influence des territoires sur les activités humaines. Partager les histoires des entreprises, celles des hommes et des femmes qui les font vivre, leurs stratégies, leurs cultures.

Sandrine Lestienne-Courbet

Émotion et élégance sont ses mots d'ordre pour la réalisation de chaque numéro d'*InfluenceS*. Sandrine utilise sa créativité pour vous donner envie de découvrir au fil des pages qu'elle crée cette Bourgogne-Franche-Comté si secrète et pourtant si riche !

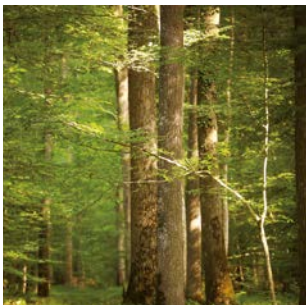
Remerciements

Nous rendons hommage aux femmes et aux hommes, aux entreprises qui ont accepté d'ouvrir les portes de leurs ateliers et dévoiler au passage quelques secrets de fabrication issus de recettes internes jalousement gardées. *InfluenceS* est un concentré de découvertes, les entreprises complices de ce magazine constituent un échantillon seulement des savoir-faire d'exception de Bourgogne-Franche-Comté.

Nous remercions nos complices, rédacteurs, photographes, partenaires, entreprises qui nous ont confié leurs photographies. Tout particulièrement, Aurélie Bichet de l'Agence Cactus, Tania, Hélène, Véronique, Christine et Catherine qui nous ont apporté un concours précieux dans la dernière ligne droite avant la sortie de ce numéro.

Nous remercions chaleureusement le Comité Colbert en la personne de Bénédicte Épinay qui nous a reçu en toute simplicité pour nous confier sa vision du Luxe. Nous avons applaudi à son enthousiasme quand elle évoque nos savoir-faire horlogers. Merci de nous faire l'honneur de l'introduction de ce n°5.

Nous remercions également les photographes des entreprises grâce auxquels nous illustrons joliment quelques pages de ce numéro.



Première de couverture ©Christophe Deschanel

“*Ce chêne, peint en 1864, est le seul portrait d'arbre dans l'œuvre de Gustave Courbet*”

La première de couv'

Une feuille de chêne

La feuille de chêne, comme une évidence face à la pandémie et ses conséquences que nous n'évoquons qu'en filigrane dans ce n°5 d'*Influences*. Nous préférons orienter le projecteur sur les femmes et les hommes qui ont saisi les opportunités, transformé les contraintes en sources de créativité et qui ont poursuivi le chemin malgré la discontinuité générée par les confinements successifs.

Le chêne, arbre sacré dans de nombreuses traditions, symbole de force et de longévité, de solidité aussi. La force pour surmonter les crises, la longévité en écho à ces savoir-faire d'exception qui s'inscrivent dans le temps long de l'histoire des hommes. Et la solidité face aux défis de la durabilité. Le chêne ne devenant exploitable en tonnellerie qu'après avoir vécu 150 ans.

Le chêne source d'inspiration pour Gustave Courbet, pour le groupe Charlois qui en extrait la quintessence pour nous protéger, pour les tonneliers, les viticulteurs et tous ceux qui transforment cette matière noble en objets prestigieux ou en expériences inoubliables.

Le chêne sous lequel Saint-Louis rendait la justice, symbole d'hospitalité et de générosité, comme une invitation à pénétrer sous ses branches protectrices au cœur de nos forêts protégées en parcs naturels.

Le chêne, « *une usine à photosynthèse dont les feuilles sont autant de panneaux solaires** » face aux enjeux environnementaux du 21^e siècle. « *Car planté dans la terre par ses racines, planté dans les astres par ses branchages, il est le chemin de l'échange entre les étoiles et nous* ». **

*Frédéric Labbe, expert forestier ; Bourgogne magazine n°63 – Novembre 2019.

**Antoine de Saint Exupéry

Luxe & savoir-faire d'exception

Luxe de l'objet : prêt-à-porter, accessoires de mode, haute joaillerie et horlogerie, ameublement et décoration de luxe, voitures de luxe, jets privés, yachts, marché des beaux-arts.

Luxe expérientiel : vins et spiritueux, gastronomie, hospitalité, restaurants gastronomiques et croisières.

Toute la presse s'en est fait l'écho, la croissance que connaissait les grands groupes de luxe a été stoppée net par les effets de la pandémie mondiale de coronavirus en mars 2020. Une contraction de 23% du chiffre d'affaires. Une première depuis 2009.

*Toute la presse parle aujourd'hui de résilience, de cette « capacité à se relever, à continuer, à s'adapter, se réinventer et in fine, à se renforcer dans l'adversité ».**

Car aujourd'hui, les maisons du luxe renouent avec la croissance. Un peu comme si la pandémie agissait comme un révélateur des valeurs perpétuées par l'ensemble des acteurs de la filière : des créateurs aux fabricants.

Des réponses aux enjeux environnementaux

Par nature, les objets de luxe sont faits pour durer.

Ils se patinent avec le temps, ils se réparent et se transmettent.

Sur l'ensemble de la chaîne, les acteurs cherchent à préserver les ressources pour pouvoir continuer à fabriquer des produits de qualité, localement avec des process respectueux de l'environnement.

Un cercle vertueux qui se perfectionne au fil du temps et décline déjà les pratiques de l'économie circulaire dans les modes de production. Plus rare autrefois, certaines grandes maisons aujourd'hui se forment en « coalition historique pour tenir trois grands objectifs en termes de développement durable : enrayer le réchauffement climatique, restaurer la biodiversité, protéger les océans ».

Des réponses aux enjeux du digital

Avec la pandémie, ce n'est plus à Paris ou à Milan que les consommateurs chinois se ruent sur les produits de luxe mais à Pékin ou à Shanghai... ou sur Internet.

Une transformation culturelle, l'usage du digital s'est accéléré ! Et la génération Z va encore accentuer cette tendance : elle est née et vit déjà dans un écosystème digital. Selon Bain, la Chine sera le premier marché du Luxe d'ici à 2025. Pour imaginer le luxe de demain, grandes maisons et start-up coopèrent et inventent les complémentarités Tech et Luxe.

Des réponses aux enjeux sociétaux

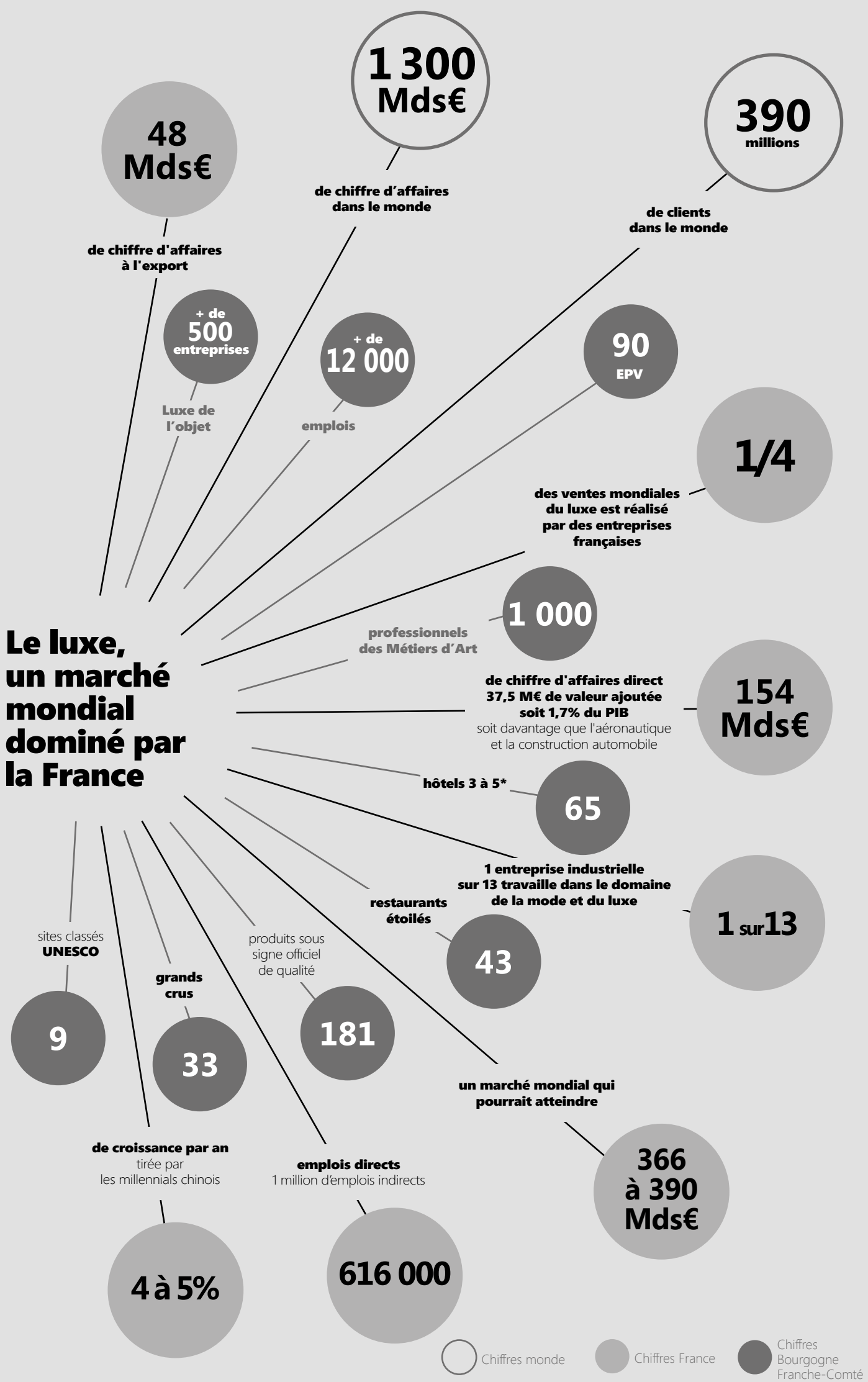
En 2025, les générations Y (née entre 1980 et 1995) et Z (née entre 1996 et 2010) représenteront 55% du marché du luxe et contribueront à 130% de la croissance du secteur.

Selon une étude BCG, 64% des futurs consommateurs de luxe issus de la génération Z veulent des entreprises engagées. Engagées et aussi exemplaires.

Depuis la traçabilité des filières d'approvisionnements, jusqu'à la certification des matières, à l'équipement des boutiques, ou la transformation des emballages plastiques... Éthique, inclusivité, solidarité, ces valeurs sont inscrites comme priorités dans les programmes RSE des entreprises dont certaines, comme Monsieur Jourdain faisait de la prose, étaient déjà très avancées dans ces domaines avant que le concept ne soit formalisé.

“ *Au cours de la prochaine décennie, ce secteur va changer radicalement. Ce ne sera plus une industrie de luxe, mais un marché d'excellence culturelle et créative de savoir-faire.* ”

Bain & company, Etude consensus d'Altagamma.



Sources : Contrat stratégique de filière – Mode et Luxe - 2019-2022 / conseil nationale de l'industrie, Bain & Company.
Infographie : Utilisation détournée du logo du Comité Colbert.

L'Élysée pour vitrine 2021



Robin Aircraft - Côte d'Or (21)

Avion de tourisme DR401 155CDI.

Lire page 60

Vuillet Véga - Jura (39)*

Monture de lunettes Maryline.
En hommage à MariLyn Monroe,
un modèle plaqué or dont chaque
branche est ornée d'une pierre.

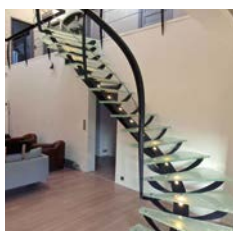


Look Cycle - Nièvre (58)

T pour Tokyo, 20 pour 2020 (millésime initial des Jeux Olympiques),
le T20 a donc d'abord été exposé dans les jardins de l'Élysée
avant d'être utilisés par l'équipe de France.

Escaliers Olivier Marczak Territoire de Belfort (90)

Escalier Spinae.
Le belfortain conçoit, fabrique des
escaliers design, avec n'importe
quel matériau : du bois au latex,
des marches en papier japonais ou
totalement transparentes et illuminées.



Les 3 et 4 juillet 2021, le Ministère de l'Économie et des
Finances organisait au Palais de l'Élysée sa 2^e exposition
des objets fabriqués en France.

En 2020, onze entreprises représentaient les talents
de Bourgogne-Franche-Comté, parmi lesquelles :
la moutarderie Fallot, l'entreprise Cristel*, l'horloger
Michel Herbelin, le lunetier Thierry SA*, l'imprimerie de
livres miniatures Gutenberg & Co, le groupe Cofel-Copirel,
la Maison Gerbe, La Compagnie Dumas SAS*
et l'enoichienne VMC Pêche SAS.

Cette année, parmi les 126 produits français présentés :



Maison Péquignot Doubs (25)

Montre Attitude Or.

La marque fêtera ses 50 ans en 2023.

Lire page 73



Jeujura - Jura (39)

Mon Chalet en Bois.

Depuis 1911, l'entreprise familiale jurassienne fabrique
ses jouets en bois en France.



Émile Henry Saône-et-Loire (71)*

La cloche à pain en céramique
réfractaire. Émile Henry fait partie
des rares entreprises patrimoniales
qui sont dans le même métier
depuis 170 ans.



Maison Marc - Yonne (89)

Cornichons en bocaux.

Le dernier producteur français a construit sa conserverie
sur le terrain de la maison de son grand père, fondateur
de l'exploitation.

*À retrouver dans InfluenceS n°4.



Brèves

Passavant-la-Rochère – Haute-Saône

Un mariage normand pour la cristallerie La Rochère

Nées en 1475 et détenues depuis 1858 par la famille Giraud, les verreries cristalleries de La Rochère, à Passavant-la-Rochère (Haute-Saône), ont rejoint une nouvelle famille de verriers début 2021.

En l'absence de repreneur familial, Antoine Giraud s'est assuré de la continuité de l'activité et de son état d'esprit, entre tradition et innovation, et a cédé cette belle aventure franc-comtoise à Stéphanie et Adrien Tourres, issus d'une famille de verriers normands.

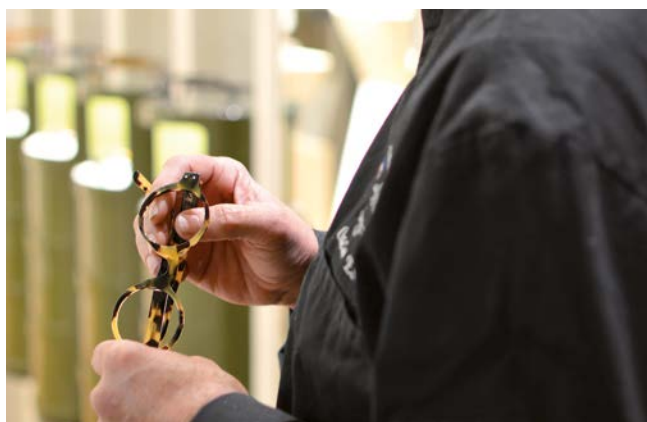
Déjà propriétaires des verreries Waltersperger, en Seine-Maritime, ils ont embarqué dans l'aventure sept cadres de la verrerie haut-saônoise qui sont montés au capital, et la nouvelle équipe se réjouit des synergies et complémentarités possibles entre les deux maisons. Waltersperger travaille notamment pour le luxe, et le savoir-faire en verre pressé de La Rochère pourrait bien intéresser ce secteur. De bon augure pour pérenniser la centaine d'emplois de la verrerie franc-comtoise.



Abbans-Dessous – Doubs

Ursa Minor ou les vertus des plantes sauvages

La crise sanitaire et les caprices de la météo n'ont pas facilité le décollage de la distillerie Heima, à Abbans-Dessous (Doubs), qui commençait tout juste à commercialiser ses breuvages. Mais en attendant la réouverture des salons, où il pourra faire déguster les spiritueux certifiés bio qu'il élabore comme un nez imagine ses parfums, Julien Mariotte a pu reprendre ses cueillettes sauvages. Le carvi récolté en août dans les alpages jurassiens puis le genévrier de septembre promettent encore de belles distillations. Le gin Ursa Minor et la vodka Lyra ont été rejoints, début 2021, par trois nouvelles constellations : Delfinus, sans doute le seul aquavit hexagonal en bio, le gin Drako et la vodka Corona Borealis, ces deux dernières en éditions limitées. « Selon ce que je trouverai dans la nature, j'en referai peut-être », indique l'artisan distillateur qui a hâte de pouvoir de nouveau faire goûter ses breuvages, notamment à des chefs, pour de subtils accords mets et vins.



Morez – Jura

Maison Bourgeat ou le pari de la lunette française

Reprise par Harry Bessis, un opticien parisien qui s'est pris de passion pour l'outil industriel de Morez (Jura), la vénérable maison Bourgeat (1879) est en train de renaître dans le berceau de la lunetterie française. Fin 2020, une levée de fonds de près de 1,5 million d'euros avait donné le coup d'envoi de cette renaissance. L'idée derrière la tête d'Harry Bessis ? Prouver qu'on peut faire des montures françaises de qualité et sur-mesure en France à un prix compétitif en supprimant tous les intermédiaires, en vendant ses belles montures en circuit court grâce à son réseau de cinq boutiques parisiennes portant l'enseigne Maison Bourgeat. Les embauches sont en cours et les machines redémarrent. Baptisée Muse, la première collection de montures personnalisables issues de l'atelier morézien est en vente depuis l'été 2021.



Autun – Morvan

Les caprices du ciel avec élégance

Depuis 1852, plus de 150 millions de parapluies Neyrat ont été vendus. Depuis le début des années 2010, Michaël Renaud œuvre à la renaissance des ateliers Neyrat au cœur de la cité d'Autun aux portes du Parc naturel régional du Morvan. Tout a dû être réinventé, l'entreprise étant restée fermée pendant plus de 20 ans, machines et savoir-faire emportés par le temps. Aujourd'hui, deux jeunes couturières passionnées encadrées d'une chef d'atelier enthousiaste conçoivent et confectionnent des parapluies made-in-France pour le public mais également sur commande. L'activité semble bien repartie, d'autant plus que le dirigeant vient de reprendre les marques Guy de Jean et Vaux, deux fabricants de parapluies et d'ombrelles bien connus des grandes maisons de luxe françaises. L'accessoiriste met tous les atouts de son côté pour nous faire aimer avec élégance les caprices du ciel.



Le luxe fait vivre près d'un million de personnes en France, crée de l'emploi en région et innove. Ce luxe qui apporte beaucoup et qui fait rayonner la France à l'international. Une ligne défendue par InfluenceS pour la Bourgogne-Franche-Comté dans chaque parution.

“ Il convient de regarder le luxe de ceux qui le fabriquent.

Bénédicte Épinay

Déléguée générale

Comité Colbert

Paris (75)

En 2021, quelles sont les missions du Comité Colbert ?

Les missions du Comité Colbert n'ont pas changé depuis sa création en 1954. Il s'agit d'abord de faire rayonner collectivement le luxe français à l'international par le biais, par exemple, de grandes expositions comme ce fut le cas à Abu Dhabi en 2019 ou via le digital comme nous venons de le faire en Chine avec un mini programme lancé sur le réseau social WeChat.

Nous avons également une mission d'influence et de préservation d'un univers réglementaire et législatif le plus stable possible pour notre industrie.

C'est le cas par exemple de la lutte contre la contrefaçon qui reste l'un de nos sujets majeurs de préoccupation.

La transmission des savoir-faire et la RSE sont aussi des sujets collectifs. Nos grandes maisons n'ont aucune difficulté à s'engager et porter seules ces messages, c'est évident. Mais nous comptons sur le collectif et l'effet d'entraînement pour embarquer aussi les plus petites ou les moins matures.

Le Comité Colbert rassemble 14 métiers. Nous sommes totalement dans la transversalité et chez nous une entreprise égale une voix, indépendamment de la taille de l'entreprise. Ainsi, tout le monde peut s'exprimer, tout le monde est entendu.

La définition du luxe change-t-elle en 2021 ?

Pour moi, la crise n'a pas changé la définition du luxe qui reste sur le ressort de l'émotion. D'ailleurs, on entre toujours au Comité Colbert selon les mêmes critères autour de l'éthique et de la poésie de l'objet. Cela peut paraître subjectif mais c'est bien toute la poésie autour de l'objet qui distingue un produit de luxe d'un produit ordinaire. Cette poésie repose sur le process créatif, l'imaginaire, sur l'art qu'il a fallu aux mains pour créer l'objet. Tout cela n'a pas changé, c'est immuable, c'est l'expression du génie français.

Face aux transitions sociétales, le luxe opère-t-il une transformation ?

C'est plutôt la manière de rêver le luxe et de l'acheter qui a changé grâce aux réseaux sociaux, grâce au digital. La pandémie a démultiplié les usages du digital. Elle a fait naître aussi de nouvelles exigences. L'essence même du luxe se trouve ainsi renforcée par la crise. Nous portons les valeurs du temps long. L'ancien président d'Hermès, Jean-Louis Dumas, avait coutume de dire « Ce qui distingue un produit de luxe d'un produit ordinaire, c'est un produit qui vieillit, qui se répare et qui se transmet ». Tout se passe aujourd'hui comme si l'époque nous rejoignait dans la défense de valeurs que nous défendons depuis toujours et qui nous sont consubstantielles : la durabilité, l'exigence du beau, la transmission des savoir-faire.

Quels sont les défis pour le présent et pour le futur ?

Ils sont nombreux ! En regardant l'actualité, le défi immédiat, à défaut d'accueillir des clients étrangers lointains, est de renouer avec notre clientèle la plus proche, française et européenne. Car à Paris par exemple, une grande partie du chiffre d'affaires de nos maisons en Europe était réalisé avant la crise avec les touristes. À moyen et long terme, le premier défi concerne la digitalisation. En quelques mois seulement, le chiffre d'affaires réalisé en digital a doublé de 12% à plus de 20%. Cela témoigne de l'agilité de nos maisons à opérer ce changement. Mais ce n'est que le début. La RSE est également un défi. Nous avons édité un carnet d'inspiration, une première photographie de tout ce que le luxe produit aujourd'hui. Et les initiatives sont réellement nombreuses dans tous les domaines de l'égalité des chances jusqu'aux mesures en faveur de la biodiversité. De façon connexe à ces thématiques, il y a le défi de l'innovation. La technologie de la blockchain garantit la traçabilité de l'ensemble des opérations nécessaires à la fabrication d'un objet. Elle nous permettra plus finement de retracer l'histoire complète d'un pull par exemple, depuis le mouton jusqu'au magasin !

L'innovation et la formation sont des domaines que vous adressez également ?

On a souvent l'image des métiers de la main, de l'artisanat d'art quand on parle du luxe. Mais le luxe est aussi une industrie qui innove. Dans nos maisons, nous avons des chercheurs, des biologistes, des ingénieurs, des experts de la data. Parallèlement, effectivement, nous savons que chaque année, dans nos maisons, entre 10 et 20 000 postes en production ne trouvent pas de candidat. Quinze d'entre elles ont créé des écoles de formation. On ne le sait pas assez mais le luxe est une industrie dans laquelle l'ascenseur social fonctionne encore. Il offre des trajectoires sans égal avec des parcours de formation non-stop jusqu'à la fin de la carrière. Nous avons une industrie du luxe dont on peut être fier : malgré la crise nous continuons d'ouvrir des manufactures. Neuf sites vont ouvrir en région.

Quels sont les critères d'implantation des futurs sites du luxe en France ?

La stratégie de certaines de nos maisons est de s'éloigner des grandes métropoles pour aller dans des zones éloignées à partir desquelles vont se construire des écosystèmes. Le choix de l'implantation est déterminé par plusieurs facteurs tels que l'existence de bassins historiques de savoir-faire. À partir d'un savoir-faire bien établi, elles créent un système d'influence pour attirer d'autres entreprises, d'autres savoir-faire. Chez vous, cela concerne la maroquinerie. Hermès y a trois manufactures. Et tout un pôle est en train de se créer. Nous avons à défi à maintenir les savoir-faire en France.

“

Le luxe français, le plus ancien secteur d'avenir. Quinze de nos maisons ont créé des écoles de formation.

Quelle image avez-vous de la Bourgogne-Franche-Comté ?

Depuis 25 ans que je travaille dans le luxe, j'ai appris à redécouvrir votre région, notamment par le biais des savoir-faire horlogers. On ne le dit pas parce que ce ne sont pas des usines ou des ateliers qui se visitent aisément, mais l'industrie horlogère est une industrie de génie. Les horlogers réalisent un travail de grande précision, un travail de la main et de l'intelligence qui n'a pas d'égal. Cette agilité des mains, elle infuse dans toute la région et on la retrouve dans de nombreux secteurs. On sent l'amour du travail bien fait. Ce n'est pas de notoriété publique mais je sais que beaucoup de nos grandes maisons travaillent avec les entreprises de votre région. Mon image aujourd'hui est plutôt l'image d'une région qui a su faire de la faillite industrielle des années 1980 un défi pour le futur et qui aujourd'hui en récolte les fruits. J'ai le sentiment qu'il y a beaucoup de résilience dans cette région.

Quel est votre luxe personnel ?

Mon luxe à moi ? C'est la musique, je joue du violon. J'essaie le plus possible de prendre mon instrument en mains. C'est ma parenthèse enchantée, je joue pour moi, pour mon mari et pour mon fils. Depuis un an, le Comité Colbert m'en laisse moins le loisir, mais c'est pour une bonne cause.

“ Promouvoir passionnément, transmettre patiemment, développer durablement les savoir-faire et la création française pour insuffler du rêve.



1954
création du Comité
par Jean-Jacques Guerlain

17
institutions culturelles

90
maisons de luxe français

6
membres européens

Principales missions

- Préserver les savoir-faire ancestraux de ses maisons
- Anticiper les enjeux à venir
- Créer un environnement législatif et réglementaire favorable à l'industrie du luxe
- Exprimer la voix du luxe français à l'étranger
- Promouvoir un luxe durable

Critères d'éligibilité

- L'ambition internationale
- Le caractère identitaire de la marque
- L'exigence de qualité
- L'importance accordée au processus créatif, à la poésie de l'objet à l'éthique



Hommage à Louis Vuitton

Du Haut-Jura au monde entier

En 1821, dans le Jura, un visionnaire est né. Ses idées novatrices ont révolutionné la maroquinerie et élevé le voyage au rang d'Art de Vivre. » *

Le 4 août 2021 est une date qui marque le bicentenaire de la naissance de Louis Vuitton. C'est aussi le début de la mise en œuvre du programme de festivités conçu par la célèbre maison éponyme qui mêle digital, œuvres d'art, et de nombreuses surprises pour l'anniversaire de son créateur.

Le 4 août 1821, Louis Vuitton naît au moulin à eau Charbouilla près d'Anchay dans le Jura au sein d'une famille modeste. Il est le fils du meunier François-Xavier Vuitton. Dans l'atelier de menuiserie de son père il apprend à travailler le bois, « *seule source de richesse dans ce pays aux hivers interminables* ».

À 16 ans, il part à pied tenter sa chance à Paris où il devient apprenti chez un layetier-emballeur-malletier. Il apprend la fabrication de coffres de voyage. Son travail est remarqué par les clients, il devient ainsi le malletier préféré de l'impératrice Eugénie en 1852.

À partir du milieu du 19^e siècle, les développements du train et de l'automobile rendent les voyages plus faciles et vont favoriser l'essor du tourisme. En 1854, avec l'idée de fabriquer des bagages plus fonctionnels, il s'installe 4 rue Neuve-des-Capucines à proximité de la place Vendôme. Il invente la malle plate, pratique et plus facilement empilable que les traditionnelles malles aux couvercles bombés. Il allège ces bagages en remplaçant le revêtement cuir par la toile « gris trianon » qui devient sa marque de fabrique. Trop souvent imitée, en 1876, il la renouvelle par une toile présentant « *un camaïeu de beige et de marron alternant rayures claires et foncées qui deviendra la signature chromatique de la maison.* »

Au début des années 1890, il adoptera un nouvel imprimé créé en collaboration avec son fils Georges : un damier beige et brun où apparaît l'inscription *Marque L. Vuitton déposée*.

Il ne nous appartient pas de raconter la suite de l'histoire qui nous mène à l'une des marques de luxe parmi les plus célèbres dans le monde.

Louis Vuitton aurait sans doute apprécié cet ouvrage qui lui rend hommage. Il a été réalisé au Lycée Pierre Vernotte de Moirans-en-Montagne dans son Jura natal.

Le Parc naturel régional du Haut-Jura

“

Le Haut-Jura nous comble de ses richesses ancestrales depuis toujours et encore pour longtemps...

Insidieusement, un sentiment de paradoxe fait son chemin à la vue du paysage du Jura. On est dans le bois, les forêts alluviales d'aulnes, de saules et de frênes en basse vallée, qui passent la main aux épicéas en altitude. On est dans la terre, les prairies, les alpages et les tourbières, striés de veines d'eau de toutes parts provenant des hauts plateaux en réseaux complexes.

La terre, le bois et l'eau.

Un mariage proluxe pour un paysage posé presque au ralenti qui cache bien son jeu. Car il y a bien là le bruit de l'activité, discrète et efficace, qui nourrit les jurassiens depuis des siècles. Le son de l'activité agricole bien sûr, comment ne pas penser au fromage quand on passe par Morbier ou à côté des caves de comté du fort des Rousses. Mais aussi celui de l'activité industrielle, avec le bois certes, et la boissellerie, mais aussi le lapidaire, les jouets, les lunettes, la pipe, l'email, ou encore la plasturgie.

« La terre du Haut-Jura nous comble de ces richesses ancestrales depuis toujours et encore pour longtemps. Si toutefois on y prête l'attention qu'elle mérite », précise Édouard Prost, actuel directeur-adjoint du Parc du Haut-Jura, en charge du développement et de l'aménagement. Une terre qui forge les pratiques et aussi et surtout la manière de collaborer entre les hommes. L'esprit coopératif. C'est cet aspect que défend Édouard Prost avec le parc, en poussant toujours plus à la mutualisation

en termes de ressources et d'ingénieries, jusqu'à forger une culture politique de la gestion du territoire plus spécifique au Haut-Jura.

Mutualiser et se diversifier tout en s'adaptant aux nouvelles données, économiques et environnementales,

voilà une des missions du parc.

Il faut désormais intégrer un nouveau profil industriel pour évoluer et rester présent, s'inscrire dans des circuits locaux ou régionaux, privilégier les enjeux liés à la qualité, hautes valeurs associées au produit et au processus de fabrication en termes de traçabilité et d'impact. Autant de leviers qu'il faut apprendre à maîtriser et que le parc actionne au quotidien depuis déjà des années.

Si les références sont celles du passé au sens de l'histoire et de l'accumulation des expériences, elles sont le ferment d'une démarche dont dépend l'avenir.

Le retour au « savoir-faire », à la valeur ajoutée humaine, à l'échange, dans le respect de l'environnement, pour un « savoir-vivre » plus intelligent, conscient, et peut-être plus humble.

Si le parc peut apparaître un peu trop « silencieux » pour certains acteurs de l'économie, il n'en reste pas moins un partenaire indispensable, partenaire en perpétuelle évolution lui-même dans un monde qui l'est tout autant, mais avec une vision claire des enjeux économiques et environnementaux pour demain.



Philippe Bonnet et Jean-Marc Lançon

«Le bleu de Gex, c'est l'histoire d'un territoire»

La terre, Philippe Bonnet, exploitant de ferme pour la production de lait et Jean-Marc Lançon, président du syndicat interprofessionnel du Bleu de Gex, la connaissent bien.

Le terroir façonne aussi les caractères et les deux hommes en sont l'illustration. Calmes d'apparence, la parole choisie, leurs attitudes sculptées par les années de travail, ils ont acquis la sagesse de ceux qui ont compris l'équilibre fragile dont dépend leur activité. Ici, les tailles d'exploitations sont modestes, le climat est exigeant et capricieux, la terre impose une activité à taille humaine, avec une production laitière deux fois moindre qu'ailleurs en plaine. Ici, les pâturages sont un tableau pointilliste où la scabieuse pourpre, la sarriette, la sauge douce, et le millepertuis jaune qui tourne au rouge quand on le presse, où les feuillages bas des érables ou noisetiers en bordure des champs, sont autant de mets quotidiens pour les Montbéliardes qui donnent à leur lait et au Bleu de Gex cette saveur si spécifique.

Première AOP fromagère labellisée « Marque parc », il est soumis à un cahier des charges strict en termes d'environnement, de développement humain, de consommation d'énergie et de soins apportés aux animaux.

Le bleu de Gex ne cherche pas l'exposition. Philippe Bonnet en est convaincu. On pourrait lui proposer de multiplier sa production de fromages qu'il refuserait. Car ce n'est pas juste un fromage qu'il vend. C'est l'histoire d'un territoire. Une histoire de passion. C'est une âme. C'est sa vie.

Bleu de Gex, Philippe Bonnet



Le Bleu de Gex

5 000 000
de litres de lait par an

50
exploitants laitiers

500
tonnes de Bleu de Gex
élevés dans 4 ateliers
de fabrication (fruitières)



Jean-Pierre et Benjamin Lépine, Pratz (39)

Le Haut-Jura est un ancrage, source de pérennité, label de qualité

Et la qualité, Jean-Pierre Lépine, il connaît. Le personnage à l'allure bourrue et au caractère ombrageux ne laisse pas augurer l'ambassadeur du Jura qu'il a toujours été et qu'il est encore à l'étranger, et notamment au Japon et aux États-Unis. Il travaille désormais avec son fils Benjamin et chez les Lépine, on fait dans l'excellence. Depuis la reprise de l'atelier familial en 1972, Jean-Pierre a tout de suite voulu rompre avec cinq générations de tradition familiale - on produisait jusqu'alors des stylos et des pipes pour le grand public - pour se concentrer exclusivement sur le haut-de-gamme. Diplômé des beaux-arts, il fallait impérativement que ses stylos, puis plus tard ses couteaux « moréziens », aujourd'hui ses lunettes et ses montres, se distinguent des autres. Ce caractère trempé prône l'exception à travers ses créations et emmène dans ses valises son Jura, son territoire et ses matières, le buis, le frêne et le hêtre, qu'il usine dans son atelier à Pratz. Son credo, travailler des nouvelles formes, s'aventurer vers l'inattendu, quitte à repousser les limites du savoir-faire et les techniques associées, parfois en en créant de nouvelles.

La valeur ajoutée est énorme, dans les créations, dans la recherche des formes par le biais des dessins, des essais, dans l'innovation et les niches techniques associées.

Artisanale, flexible et réactive, supportant moins de coûts, et surtout dotée d'une valeur ajoutée plus « concentrée » par le savoir-faire lié à l'expérience des acteurs qui y participent, et qui se répercute d'objet en objet, l'entreprise permet de faire ce que la plupart des industriels ne peuvent plus se permettre de faire aujourd'hui. Créer sans se soumettre, se singulariser et éviter la concurrence.





L'Atelier des Savoir-Faire – Ravilloles (39)

L'Atelier des savoir-faire à Ravilloles : un lieu de promotion, de solidarité et de partage

Ici la quarantaine d'artisans exposés prouvent que la diversité des talents est bien fonction de la richesse du sol. Les matières du Haut-Jura, le bois, la bruyère, la galalithe ou pierre de lait, le plastique qui a fait le succès des stylos Bic à une époque et des porte-clés de notre enfance, sont aujourd'hui autant de couteaux, de tissus, d'ustensiles de cuisine, de poteries et de vitraux qui sont proposés en dépôt vente dans ce lieu inattendu de découverte défendu par Magali Henrotte, la directrice.

A l'origine, trois artisans d'art à la retraite qui se demandaient comment transmettre leurs activités et leurs savoir-faire. Le parc et les collectivités territoriales du secteur se sont alliés au projet et ont participé à l'élaboration de cette structure dont les portes se sont ouvertes en 2007.

Ici, l'artisan trouve un lieu où il s'expose et se vend. Ici l'artisan forme un public curieux d'appréhender un savoir-faire spécifique dans le cadre de stages. L'échange des savoirs, des expériences, des techniques, un autre volet essentiel aux yeux de Magali pour qui le produit est certes essentiel, mais l'évolution de celui qui le fabrique l'est tout autant.

Car la valeur ajoutée sera d'autant plus forte qu'elle sera pérenne. Se former toujours plus et s'améliorer, pour durer. Et dans ce but, l'Atelier du Savoir-Faire met à disposition des artisans son « Fablab », sorte de laboratoire d'expérimentation où chacun peut s'essayer aux outils numériques, à la photographie et à l'imprimante 3D.

Ouvrir le champ des possibilités, promouvoir pour mieux s'exposer, et se développer.

Un rôle d'accompagnant, dans l'esprit pépinière, pour cet atelier perdu dans les hauteurs de Saint-Claude derrière les côteaux du Lizon favorisant la rêverie.

Si l'esprit bohème nourrit la création, il y a un moment où il doit rester à sa place. Et le succès des pépinières de l'Atelier en atteste. Ces ateliers de travail à bas loyer sont attribués pour une durée de trois ans à des artisans en phase de lancement, temps nécessaire pour faire ses preuves et envisager la viabilité du projet. Un atout pour Corinne Janier, artisane en poterie, tellement ravie d'avoir intégré la pépinière depuis octobre qu'elle a décidé de s'installer durablement sur le territoire.

Corinne Janier, Magali Henrotte et un stagiaire



L'Atelier des savoir-faire

10 000 visiteurs par an	4 Équivalents Temps Plein
800 jeunes en animation atelier	62 artisans
200 adultes en formation	25 artisans formateurs

Le Moulin de Charbouilla, Anchay (39) - PNR du Haut-Jura





Quintessence

Nom féminin
Substance subtile que certains philosophes de l'antiquité ajoutaient comme cinquième élément aux quatre éléments traditionnels : la terre, le feu, l'air et l'eau.
Ce qu'il y a de plus raffiné en quelque chose, ce qui est l'essence même de quelque chose.

En Bourgogne-Franche-Comté
Où l'on puise dans la tradition, développée localement pour pérenniser les gestes, les savoir-faire et les inscrire dans la modernité, la contemporanéité.

Un lieu 20

Le Parc Naturel Régional du Morvan

- La Côte d'Or 21

- Château de Thard 21

Des savoir-faire d'exception 22

Portrait : Claire Briottet 23

Rencontre : Vinésime 24

Entretien : Pianos Lacanche 26

Parcours : La Poterie Normand 28

Le Parc naturel régional du Morvan

“
*Son identité mystérieuse
est sa principale force...*

Pleine de vie, respiration sourde et régulière, la terre du Morvan ramène à l'essence de toute chose, de la vie même, de ce qui fut possible un jour et ce malgré le climat réputé capricieux et un sol granitique avare, comme un cœur qui battrait sa mesure lente mais régulière depuis la nuit des temps au beau milieu d'une Bourgogne calcaire.

Le Morvan écrit son histoire à l'encre du silence et cache son jeu. La terre nourricière travaille en sourdine et crée son économie sans se soucier de la course du monde. Vers le ciel, les arbres continuent de se dresser, majestueux, contribuant encore à une industrie qui se fond dans le paysage et qui fait vivre le pays, loin de l'image vieillotte des floteurs de bois en partance de Clamecy pour la capitale.

« *Son identité mystérieuse et sauvage est sa principale force. Sa terre et ses gens. Ils ont été sa force hier, ils le restent aujourd'hui, et le seront encore plus demain* ». Pour Olivier Georges, actuel président du parc, si aujourd'hui le travail qui reste à faire

est conséquent, le parc a non seulement du sens, mais il en donne, car il a fait considérablement évoluer l'image du Morvan. Ici, pas de passéisme mais une réelle volonté de prendre comme support le patrimoine pour continuer de définir notre société de demain.

Quant au climat réputé maussade, celui de l'Irlande et de l'Écosse est bien pire, et ça ne les a pas empêché d'attirer toujours plus de monde. Sans compter leur caractère, qui n'a pas meilleure réputation. Bien plus ouvert que les vieux adages tendent encore parfois à le faire croire, le caractère du Morvan est source d'une force de résilience sans égal.

Il s'agit bien ici d'une « *vision basée sur la somme des volontés individuelles qui s'est développée et qu'il faut entretenir avec toujours l'expansion économique dans le cadre d'un paysage préservé* » comme point de mire sur le long terme. La nouvelle charte signée pour 35 ans devrait permettre de conforter ces fondamentaux.



Dominique Loiseau - La Côte d'Or, Saulieu (21)

Saulieu, où la Côte d'Or est devenue une marque de reconnaissance

Le parc se laisse deviner au gré des virages sur la route en paysages qui coupent le souffle, pour finalement inviter le visiteur à pénétrer pour se reposer ou passer à table, après avoir fermé la porte juste derrière pour s'abriter du vent. Car ici c'est bien la terre qui est l'hôte, elle est la nourriture et elle offre son lit. C'est ce lien que Dominique Loiseau défend avant tout. Élégamment assise, adossée à l'âtre endormi ce jour-là, la maîtresse de La Côte d'Or à Saulieu raconte de sa voix légère et mesurée l'histoire de ce lien fondamental entre le fameux restaurant et le parc du Morvan, son « petit Canada », comme elle aime l'appeler. Comment Bernard Loiseau avait compris dès son installation en 1975 et alors qu'il n'était pas natif du pays, qu'il fallait utiliser les produits locaux pour des raisons évidentes de fraîcheur, mais aussi et surtout d'identité. Aujourd'hui, le chef Patrick Bertron continue de cuisiner ce lien avec le Morvan et le restaurant se dresse au beau milieu d'une végétation qui ramène à la nature locale, entretenue sous le regard exigeant de Dominique Loiseau. Au fil des temps, la Côte d'Or est devenue une marque de reconnaissance.

Toujours à Saulieu, Dominique Loiseau ouvrira prochainement son domaine de Poutaquin ou Domaine des deux étangs, un projet développé avec la région. Traduisant sa passion pour le jardin, ce nouveau lieu composé de vergers conservatoires sera le berceau d'une flore rare parfois perdue comme la littorelle, cette herbe très typique du Morvan. Des variétés de fruits anciens de la région comme les pommes « Belle de juillet » ou « Patte de loup » y seront plantées et des ruchers seront installés pour profiter de cette richesse florale. Quant au miel, il sera utilisé en cuisine.



Juan Castro, apiculteur - Château de Thard

Une autre vie s'invente ici

Beaucoup d'acteurs économiques s'installent sur la « petite montagne bourguignonne » pour sa qualité de vie, loin des tumultes de la société de consommation et la pollution qui va avec. C'est le cas de Juan Castro, apiculteur espagnol propriétaire du château de Thard, un peu plus au sud du parc. L'effet « parc naturel » n'a pas tardé à faire son travail. Attendant à la bâtisse de pierres grises, juste à côté du « gîte de la tour », Juan a créé un atelier de savonnerie dans lequel il fabrique à la main, avec la technique ancestrale de la saponification à froid. Ici encore, c'est bien l'addition des volontés individuelles et la capacité d'accueil des acteurs locaux qui ont permis au nouvel arrivant de développer son activité.

Dès le début, la communauté de communes et les élus locaux se sont employés à l'aider à trouver des accompagnements nécessaires à l'établissement de son activité, ou à le mettre en relation avec d'autres artisans dont certains sont aujourd'hui ses fournisseurs.

Le savon qui se vend le plus s'appelle *le Nivernais*. Pourtant, il ne sent rien. Composé à 100% d'ingrédients de production locale, dont la cire d'abeilles fabriquée dans les ruches devant le château, aucune huile essentielle n'y est intégrée puisqu'il n'y a pas de fabricant dans le Morvan, et il était hors de question pour le savonnier d'empiéter sur la « pureté territoriale » de son produit. Du côté de Thard, Juan Castro réfléchit à d'autres produits, une gamme de cosmétiques est en cours de gestation, toujours constituée de matières exclusivement locales. Encore cette idée de produire bio, en puisant dans la nature tout en la respectant, et en faisant travailler des acteurs économiques locaux.





Des
savoir-faire
d'exception



Claire Briottet et Florent Baillard, Président de la coopérative Socofruit

Depuis 2014, avec son frère Vincent, elle préside à la destinée de la Maison Briottet fondée en 1836 par l'un de ses aïeux. Représentant la 6^e génération, Claire Briottet a à cœur de défendre un produit emblématique de la cité des Ducs de Bourgogne : la crème de Cassis de Dijon. Ce produit créé à Dijon en 1841 fait partie de la grande famille des liqueurs, une des branches de la famille plus grande encore des spiritueux, ces nectars qui portent loin les couleurs de l'art de vivre qui nous est si cher en France.

En 2013, les fabricants de Cassis de Dijon ont obtenu l'IG, l'indication géographique, qui permet de faire reconnaître la typicité et les qualités de leur crème produite dans la ville de Dijon selon un cahier des charges bien précis. Aujourd'hui, il ne reste que quatre maisons autorisées à utiliser l'appellation « Cassis de Dijon ». Regroupées en syndicat, depuis 1945, chacune assume, à tour de rôle, la présidence et fait entendre la voix du collectif. En juin 2020, Claire Briottet devient la première femme présidente du syndicat. Cette particularité, « *j'aimerais que ce soit un non-sujet. Parlons de compétences, parlons de chiffres, parlons de résultats et de faits* », dit-elle en riant. « *C'est un fait, il en fallait une* », et ce sera elle !

Les enjeux ne manquent pas. Aujourd'hui, les entreprises font face à des pics inédits de commandes et aux difficultés d'expédition au Royaume Uni pour cause de Brexit. Par ailleurs, le syndicat vient de gagner un procès contre la Chine où l'on voulait utiliser le nom Dijon comme marque. L'IG ne suffit hélas pas pour protéger le produit. Le syndicat prépare le volet 2 d'un projet européen Feader* avec entre autres l'INRAE** portant sur des travaux de recherche variétale autour du noir de Bourgogne, la pollinisation du fruit : « *beaucoup de gens travaillent pour répondre aux enjeux climatiques pour que nous puissions continuer à produire avec des fruits ici* ».

*Feader : fonds européen agricole pour le développement rural.

**INRAE : institut national de recherches pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement.

Portrait

Le cassis de Dijon, nectar séculaire si contemporain

Claire Briottet

Présidente du syndicat des fabricants du Cassis de Dijon, et dirigeante de

La Maison Briottet

Dijon (21)

Cassis de Dijon

13 000 000
de bouteilles par an

2 variétés de fruits :
le noir de Bourgogne
et le blackdown

2^e apéritif en France :
le *blanc cassis*

4 maisons :
Gabriel Bourdier,
Briottet,
Lejay-Lagoute
et l'Héritier Guyot

**Acteurs du cassis
en Bourgogne-Franche-Comté :**
2 coopératives,
60 producteurs,
7 transformateurs

Les quatre maisons ont pris l'initiative de la création de la filière régionale « acteurs du cassis », qui regroupe tous les producteurs de fruits et les transformateurs fabricants de Cassis de Dijon et de Cassis de Bourgogne, deux produits bien différents.

Si le produit est connu, les métiers dont il est issu sont eux méconnus. Un déficit de communication qu'il faudrait combler. Ce produit historique dans la gastronomie française est aussi devenu un produit tendance grâce à la mixologie. L'art des cocktails fait appel à la crème de cassis de Dijon pour sa rondeur, sa couleur, la puissance de ses arômes.

Quand elle ne défend pas le collectif, Claire Briottet endosse le tablier de sa maison qui cultive sa différence en signant des recettes exigeantes pour un nectar 100% noir de Bourgogne. Et crée chaque année des produits plus originaux pour compléter la gamme des standards et des grands classiques, pour le plus grand bonheur des clients très choyés de la société.

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. À consommer avec modération.

**Maison
Briottet**

1936 création

7 personnes

100% indépendante et familiale

2/3 des ventes à l'export

65 liqueurs

10 formats de bouteille

Vinésime

“ C’est l’envie
qui nous porte !



Édouard & Marie Damidot

Dirigeants

Gevrey-Chambertin (21)

Édouard et Marie Damidot dirigent ensemble Vinésime, un projet d’entrepreneuriat, une aventure humaine, une nouvelle marque dans l’univers déjà bien comblé de la cosmétique. Gestionnaire de formation, Édouard Damidot est le représentant de la 4^e génération d’une entreprise familiale de diffusion de presse qu’il reprend en 2004. Face à la transformation du métier, il a du mal à se projeter vers l’avenir. En 2012, il commence à creuser l’idée de la cosmétique et de Vinésime. En 2015, Marie - son épouse - embarque. Ensemble, ils défendent les valeurs d’un terroir, les valeurs du luxe à la française.

Pourquoi la cosmétique ? C’est la première question que l’on a envie de poser. « C’est une envie créative. J’ai associé plusieurs ressentis après avoir séjourné dans des hôtels au milieu des vignes d’un des plus prestigieux climats de Bourgogne. J’ai été dérouté par la présence de produits d’accueil à base de lavande ou de soins issus de la mer dans les spas. Dijonnais de naissance, j’ai toujours trouvé que ces climats, inscrits à l’Unesco en 2015, étaient un joyau ». Et s’il était possible de créer des produits à partir de vignes de domaines viticoles de Bourgogne ? Pas une marque liée au raisin, parce que cela existait déjà, mais « s’accrocher au terroir, je pensais que l’hôtellerie serait sensible à cela pour créer une expérience client globale ».

“ L’hôtellerie, un beau support
pour un produit sensoriel.



« **Se positionner dans la cosmétique comme les vins de Bourgogne se sont positionnés dans le monde du vin** ». Identifier le cépage et surtout le clos. Vinésime travaille avec l'Université de Bourgogne sur l'extrait de pinot noir. Le cépage phare de la Bourgogne est le moteur de la marque. C'est le plus concentré au monde en polyphénols qui protègent la vigne des agressions extérieures, et c'est un excellent antioxydant pour la peau. Il est donc réservé à la gamme de soins anti-âge.
« *On a travaillé aussi le chardonnay pour son image fraîche et élégante dans la gamme de produits rincés et celle des produits d'accueil.* ».

« **Trouver le domaine viticole : l'essence de la marque Vinésime est de développer des produits à partir d'un cépage et d'un domaine identifiés** ». Territorialiser le produit. Le premier à avoir accepté de jouer le jeu est le domaine René Bouvier à Gevrey-Chambertin. Depuis, Vinésime travaille avec le Richebourg grand cru du domaine Mongeard-Mugneret et le Chablis grand cru du domaine Louis Moreau. Et la jeune marque s'autorise à imaginer ses futurs développements avec d'autres vignerons, « *qui nous ouvrent les portes parce qu'ils ont plaisir à parler de ce qu'ils font, de la façon dont ils travaillent leurs vignes et à valoriser leur passion en devenant nos partenaires sur la cosmétique* ». En Bourgogne mais pas seulement, en France mais pas uniquement. Une nouvelle gamme de trois produits sera lancée début 2022, qui arborera le symbole le plus connu de l'art de vivre à la française dans le monde entier.
« *Et nous venons de mettre un pied au Meritage resort, dans la Napa Valley. Une autre région de pinot noir. Nous avons acquis l'expertise pour créer des produits personnalisés pour des châteaux hôtels de vignobles. Les vignobles, il y en a partout dans le monde.* »

« **Nous voulons être en dehors des modes. Les climats de Bourgogne sont indémodables, ils traversent le temps** ». Défendre nos valeurs. Lancé en mars dernier, un concentré de Charmes-Chambertin grand cru pour booster la peau de l'intérieur complète la gamme. Une nutri-cosmétique exclusive qui termine le parcours de soins en lieu et place des tisanes et infusions. Bien-être, nature, local... la marque s'inscrit naturellement aussi dans les valeurs de notre époque. « *On utilise le moût et les sarments qui sont des déchets renouvelables.* » Et pour la transformation, les partenaires de Vinésime sont des spécialistes français, de la formulation au conditionnement jusqu'aux protocoles de soins.
« *Nous véhiculons des valeurs que des établissements haut-de-gamme français font vivre, nous avons une histoire commune à raconter. À chaque fois il faut une cohérence, un sens.* »



Vinésime

2013

1^{er} pas Bourgogne Beauté pour les produits d'accueil

2015

Naissance de Vinésime avec l'extension de la gamme Pinot noir pour les spas

2019

Déploiement à l'export : Japon, Malaisie, Corée du Sud, Chine, Grèce, Roumanie, USA
Lauréate des Victoires de la beauté

5

personnes

25

références

80%

du CA à l'export

60

hôtels 4 et 5* en France orientés sur le monde du vin ou au cœur de vignobles





Pianos Lacanche

“ J’avais perçu
que la cuisine
allait devenir
un plaisir.

Jean-Jacques Augagneur

Président Directeur Général

Lacanche (21)

Du bois, du minerai de fer, de l’eau, et la main de l’homme. Dans le village de Lacanche, en Côte-d’Or, les éléments sont réunis pour faire vivre une activité de fonderie dès le haut Moyen-Âge. En 1763, Jean-Baptiste de Richard de Curtil y fera construire une nouvelle forge et un bas-fourneau que Jacques-Étienne Caumartin rachètera trente ans plus tard et d’où sortiront, au 19^e siècle, les premiers fourneaux « potagers ». L’ancêtre des pianos Lacanche.

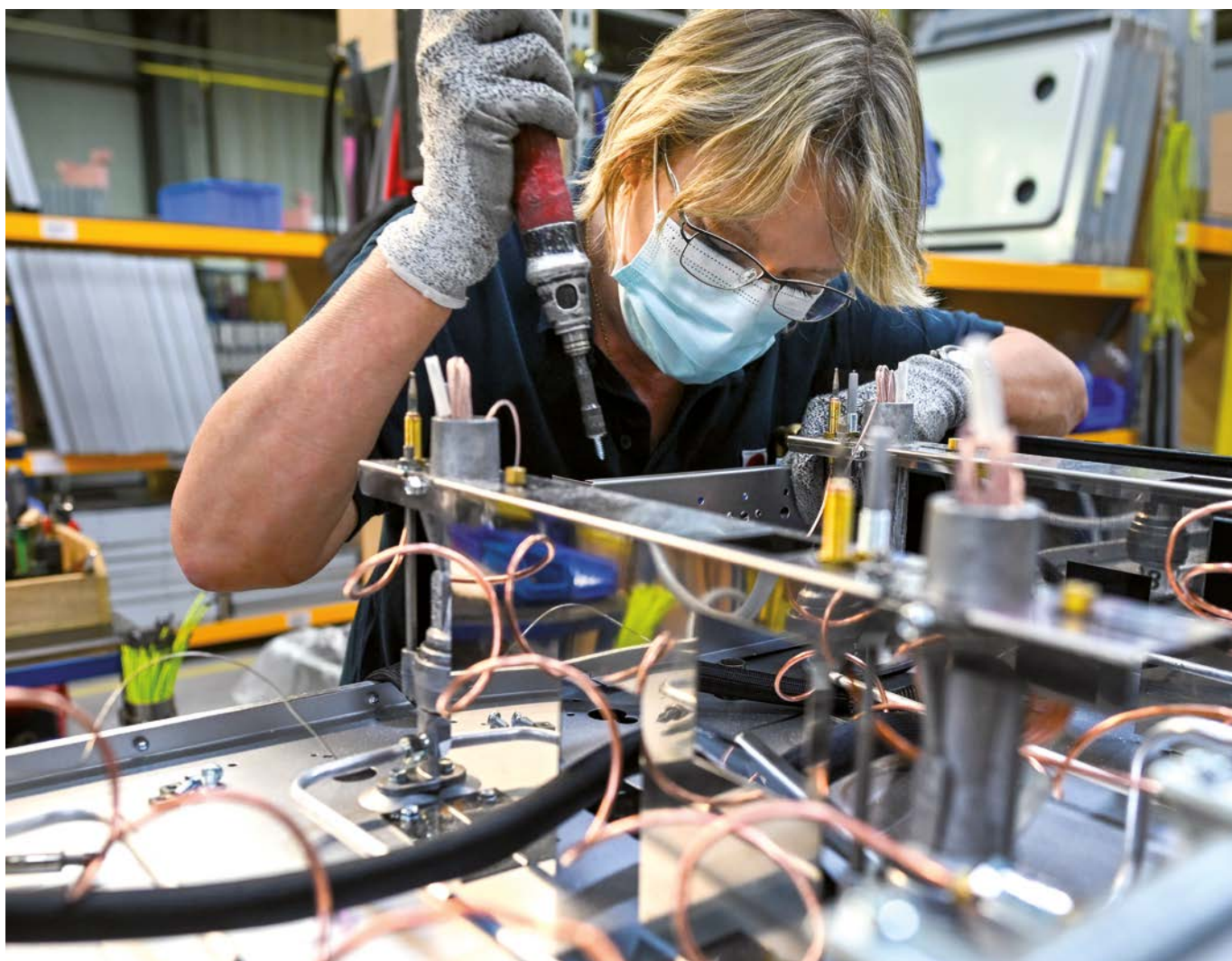
« La famille de Jacques-Étienne Caumartin a dirigé l’entreprise jusqu’au début des années 70. Elle a ensuite appartenu au groupe Valeo, jusqu’à ce que mon père la relance, en 1982, avec une gamme d’équipements de cuisson professionnels », raconte Jean-Jacques Augagneur, aujourd’hui PDG de cette Entreprise du patrimoine vivant. « **Je suis arrivé en 1989 et j’ai pensé qu’il fallait retrouver la quintessence de Lacanche.** Repositionner plus haut de gamme et plus grand public. J’avais perçu que la cuisine allait devenir un plaisir et serait de moins en moins considérée comme une contrainte. À cela s’ajoutait la passion familiale pour tout ce qui a trait à la gastronomie. Nous avons investi dans le design et choisi de nous inspirer des codes esthétiques de Lacanche, notamment des fourneaux en fonte fabriqués pour les établissements de restauration des années 20 et 30. La cuisine est liée à une esthétique particulière qui a trait à l’intemporel, j’ai pensé que ce serait reconnu dans le temps. ».

Bingo ! Aujourd’hui, 60% des pianos de cuisson Lacanche sont destinés au grand public et exportés dans de

nombreux pays d’Europe et aux États-Unis, ces marchés où la France et la Bourgogne sont associés à l’art de vivre et à la gastronomie. Tous portent d’ailleurs le nom de lieux liés aux plaisirs de la table ou aux vins de Bourgogne – Cluny, le best-seller, mais aussi Chassagne, Chambertin, Saulieu, Savigny... Et les confinements liés à la crise sanitaire, qui ont boosté la cuisine à la maison, ont fait bondir les ventes de 20% en 2020. Mais la PME garde la tête froide et poursuit son amélioration continue du produit et de ses composants, en veillant à ne pas trop toucher à son esthétique.

Dans le village de Lacanche, « quelques centaines » de pianos sont ainsi fabriqués chaque année, nous dira seulement le dirigeant, la plupart d’entre eux affichant de superbes moufles, tiroirs et autres composants émaillés de couleur rouge Bourgogne, vert tilleul, noir anthracite, bleu France ou encore blanc Chantilly réalisés par l’Émaillerie Rhénane, à Ingwiller (Bas-Rhin), rachetée en 2008. C’est cet émail, le métier le plus subtil convoqué par ces pianos gastronomes construits pour durer, qui forge leur caractère.

Dans l’ancien « bâtiment des énergies », à côté de l’usine deux fois centenaire qui abrite aussi un bureau d’études et un laboratoire d’essais, le show-room en expose une demi-douzaine, plus imposants les uns que les autres. De grands noms de la cuisine comme Paul Bocuse, Julie Andrieu, Pierre Troisgros, Michel Guérard, Guy Savoy, Christian Constant, Hiroyuki Hiramatsu et même la blogueuse Mimi Thorisson sont passés par là et, tombés sous le charme du savoir-faire maison, y ont laissé leur signature.



Pianos Lacanche

1763

Construction d'une forge
et d'un haut fourneau

1982

Arrivée de la famille
Augagneur

1796

Jacques-Etienne Caumartin
rachète les lieux

2015

Label Entreprise du
patrimoine vivant

1850

L'entreprise est désormais
renommée pour la
qualité de sa fonderie
et de son émaillage

130

salariés

25 M€

de chiffre d'affaires



“ Je crois en une
renaissance de la
vraie valeur du grès.

Il était une fois en Puisaye...

La poterie est une vieille dame. La plus vieille poterie de grès de France fut fondée en 1736 en Puisaye, ce territoire reconnu pour ses productions depuis la fin du 15^e siècle. Elle a été reprise par Elisabeth Lebègue en juillet 2017 avec la ferme intention de renforcer les savoir-faire qui l'ont conquise et de la tourner vers le luxe et l'international.

Acte 1 : Coup de foudre à Saint-Amand-en-Puisaye

Après une carrière qui l'a vue défendre les savoir-faire français à l'international, Elisabeth Lebègue cherchait à revenir en région. Elle souhaitait reprendre une entreprise, « *entrer dans un univers de passion* ». Intégrée dans un groupe de repreneurs, elle rencontre un investisseur proche de Toucy, dans l'Yonne, qui la convainc d'aller sur place, à Saint-Amand-en-Puisaye. Il y avait urgence. La manufacture siégeait là, dans un bâtiment de 5000 m² qui a abrité jusqu'à 60 personnes, spécialisée dans la fabrication de pots de jardin et de contenants alimentaires, notamment le pot en grès pour les moutardes Maille vendues dans les boutiques de la place de la Madeleine à Paris, de Dijon et de Bordeaux. La reprise se fait à la barre du tribunal de commerce de Nevers. « *Ces savoir-faire, ce sont nos racines. En entrant dans la manufacture, je suis redevenue la petite fille qui contemplait les pots que mes grands-parents utilisaient.* »

Élisabeth Lebègue

Dirigeante

Manufacture Normand

Champignelles (89)

Acte 2 : Coup de cœur pour la matière

Le grès ! Mais pas n'importe lequel, la Manufacture Normand possède sa propre carrière sur ce territoire où il s'inscrit dans la tradition et ne demande qu'un peu de lumière. « *Je crois en une renaissance de la vraie valeur du grès* ». Il était traditionnellement utilisé pour la conservation, le transport et la décoration. Étrangement peu présent en jardinerie. À la différence de beaucoup des terres cuites, il est une terre fermée, non poreuse et donc non gélive. C'est cet argument qui va achever un peu plus tard de persuader le Château de Versailles.

Acte 3 : Quand les passions se rencontrent

La manufacture repart de zéro ou presque. Elisabeth Lebègue apprend le métier. Elle s'appuie sur les compétences internes et fait appel aux connaissances de Jean-Louis Janin-Daviet, spécialiste des arts du feu, qui a travaillé pendant de nombreuses années au sein de grandes manufactures de l'Est de la France. Tous les deux partagent le feu pour cet art qui va donner naissance à une brillante coopération.

Acte 4 : La magie en chemin

Entre 2015 et 2018, grâce au mécénat de Dior, le Hameau de la Reine est en cours de rénovation. Elisabeth Lebègue répond à l'e-mail adressé par Versailles. C'est l'alliance des compétences techniques récemment acquises par la dirigeante et des connaissances de son conseiller qui vont lui permettre de séduire le château, ce symbole mondial de l'Art de Vivre à la française. La poterie Normand est donc choisie pour rééditer le pot Marie-Antoinette dont il ne restait plus qu'un seul exemplaire conservé à Sèvres. Quelques tâtonnements pour faire renaître les techniques du passé et les compléter avec celles d'aujourd'hui, la poterie se réincarne.

Acte 5 : Le lieu de la renaissance

« Ce travail avec Versailles nous pousse à redonner le souffle de l'art des jardins, un univers décoratif pérenne. » Et bien l'air du temps ! Depuis, la poterie a participé à la rénovation des jardins du château de Voltaire dans l'Ain, à ceux de l'Espace Muséal de l'hôtel abbatial de Lunéville. Elle a créé ses propres collections, vend le pot de la reine sous licence, a réalisé une collection « Olivier or et platine » allant du pot à l'assiette pour le designer Jean Boggio, et travaille sur un nouveau projet avec Versailles. Une reprise révèle toujours quelques surprises. C'est aussi pour cela que la Manufacture vient d'emménager à Champignelles dans un local neuf, adapté à la production et offrant plus de confort aux salariés. On est toujours en Puisaye et c'est bien cela qui compte pour pouvoir continuer à écrire cette histoire.

Dénouement : Une start up de 1736

Utiliser le passé pour construire l'avenir. L'art du feu, l'art de la main et « partout où la main de l'homme n'a pas de valeur ajoutée, on le remplace par un processus industriel maîtrisé. La valeur ajoutée de la main est dans les décors ». Cela permet de trouver un équilibre et d'assurer la compétitivité. « L'objectif est de poursuivre dans la réalisation de pièces uniques et d'arriver à faire des mini-séries. Les coopérations avec Versailles ou Jean Boggio nous poussent à réinventer les techniques et à explorer l'univers art déco, en France et à l'international ». Le grès, art nouveau ! Très en vogue au 19^e siècle, il n'a pas dit son dernier mot.



« Olivier or et platine » pour le designer Jean Boggio



Le pot Marie Antoinette

“ Nous avons beaucoup de partenariats avec les musées, nous sommes aussi là pour soutenir l'art.



Manufacture Normand

Fondée en
1736

2
points de distribution
aux USA

5%
à l'export

2019
Labellisée EPV

2016
Collaboration avec le
Château de Voltaire

Reprise en juillet
2017
par Élisabeth Lebègue

2018
Réédition du pot
Marie-Antoinette

2020
Collection Jean Boggio



Vertu

Nom féminin
Qualité, propriété particulièrement bonne, efficace de quelque chose.
Disposition habituelle, comportement permanent, force avec laquelle l'individu se porte volontairement vers une action exemplaire.

Synonymes en Bourgogne-Franche-Comté
Où l'on démontre le lien qui unit l'entreprise au territoire ; les entreprises engagées dans des actions de responsabilité sociétale ; les « entreprises à mission ».

Un lieu ————— **32**

Le Parc Naturel Régional des Forêts de Champagne et de Bourgogne

- *Les Villas du Parc* 33

- *Les Rûchers de Darbois* 33

- *La truffe Côte d'Orient* 34

Des savoir-faire d'exception ——— **35**

Grand angle : Jocelyn Gelé / Benoît Convers..... 36

Regards croisés : Manton 40

Rencontre : Manufacture Métis 42

Interview : La Chênaie 44

Entretien : Faïencerie Georges 46

Parcours : Livres en Vignes 48

Le Parc naturel national des Forêts de Champagne et de Bourgogne

“

Le parc sera ce qu'on en fera.

Du haut de la terrasse de l'église Saint-Vorles à Chatillon-sur-Seine, le regard se porte vers l'horizon sur lequel se dessine la forêt. Pas n'importe quelle forêt. Une forêt de hêtres, de charmes et de chênes principalement. Et notamment 6,5 essences par hectare contre 5 sur le reste du pays. Cette forêt-là a été choisie, plébiscitée par les naturalistes, pour sa richesse naturelle, la variété de sa faune et de sa flore, pour devenir le « Parc National de Forêts » justement.

Le 11^e parc national français.

Pour Philippe Puydarrieux, nommé directeur du parc en Janvier 2021, le Parc National de Forêts s'inscrit dans « *cette nouvelle conscience sociétale des acteurs économiques et territoriaux* ».

Une nouvelle équipe de 20 personnes est aujourd'hui installée à Arc-en-Barrois, une dizaine de plus viendra la compléter d'ici l'année prochaine. Motivée par une vraie envie de réaliser, avec un outil tout neuf, un projet aux enjeux fondamentaux : la protection des patrimoines naturels, culturels et paysagers, missions premières de tout parc, avec l'accent essentiel sur la biodiversité.

Et c'est là que Philippe Puydarrieux rejoint en tout point les attentes de ceux qui entreprennent sur le territoire. « *On est en interaction avec les*

acteurs économiques, on ressent cette envie, cette impatience, cette attente vis à vis du parc ». Améliorer les pratiques de chacun et faire en sorte qu'elles soient plus vertueuses pour l'environnement tout en maintenant les revenus est aujourd'hui une pratique essentielle sur laquelle travaillaient déjà les acteurs du territoire, mais de façon isolée. Avant on protégeait en interdisant, maintenant on le fait en accompagnant, et en s'adaptant. « *Et ce n'est pas seulement l'enjeu du parc, mais celui du 21^e siècle* », souligne le directeur d'une voix posée parce que sûr de ses convictions.

Le Parc national de forêts accompagne

l'émergence de produits et de services concourant à la valorisation et la préservation des patrimoines de son territoire portant sur un large champ d'activités économiques.

Le parc se veut un laboratoire de vie et pour demain, pour construire une société dans laquelle on peut vivre de manière agréable tout en réduisant notre impact sur l'environnement. On a besoin plus que jamais de la biodiversité, elle est le tissu du vivant. Le parc a la responsabilité de cadrer les projets nombreux qui animent dès aujourd'hui celles et ceux qui font ou qui veulent faire, pour créer de l'activité, et maintenir la vie.



Nathalie Pierre - Villas du Parc, Vanvey (21)



Les villas du Parc

Un petit parc dans le grand parc

Après avoir fait sa carrière ailleurs et en parallèle d'une autre activité professionnelle à temps partiel, Nathalie Pierre avait un vrai désir d'expression des valeurs de vie qui lui correspondent et pour lesquelles il fut urgent de saisir le lieu adapté avant qu'il ne soit trop tard.

Des valeurs pour lesquelles Nathalie Pierre a décidé de lâcher beaucoup, voire tout pour créer ses « Villas du Parc en Bourgogne » à Vanvey, son petit parc dans le grand parc. Un havre de paix protégé par des arbres centenaires, en dessous desquels siègent paisiblement les deux superbes maisons qui composent ses deux gîtes classés 5 étoiles et qui, réservés ensemble, constituent un gîte de groupe haut de gamme pour vingt personnes.

Fin 2017, elle a acquis cette propriété mystérieuse, un peu cachée par la frondaison des hêtres, frênes, chênes et autres essences témoins de la forêt environnante, qu'elle devinait lors de balades derrière la haute grille et qui la faisait tellement rêver. Elle ouvre aux hôtes, dans la foulée, en 2018 après des travaux de fonds indispensables à une prestation de qualité. Le succès ne s'est pas fait attendre : avec 400 personnes pour au moins deux nuits dès la première année d'activité et une belle progression depuis, une clientèle en recherche d'une expérience différente à 60% étrangère en temps ordinaire. Elle a pu créer avec les artisans locaux ainsi qu'avec les trois personnes en CDI à temps partiel et les trois salariés occasionnels qu'elle emploie désormais, un réel partenariat basé sur la confiance.

Quand le parc s'est créé, en 2019, Nathalie y a vu une formidable opportunité d'aller plus loin encore avec de nouveaux partenaires pour la visibilité de ce territoire préservé. « C'est un outil magique » pour corriger certaines erreurs faites dans le passé qui ont fait de ce territoire un lieu méconnu aujourd'hui. Un outil de communication pour parler du territoire donc, et surtout un garant de la préservation de la biodiversité, pan tout aussi essentiel pour l'hôte dont le cahier des charges s'est inscrit naturellement dans celui de la marque « Esprit Parc National » de l'OFB (Office Français de la Biodiversité) en termes de tourisme durable et responsable, avec ses villas qui bénéficient d'ores et déjà des labels sélectifs WWF, éco-gestes et gîtes solidaires des Gîtes de France.





Clotilde et Benoît Lécuyer

Construire une nouvelle manière d'envisager une économie responsable

C'est ce même désir profond de vivre en harmonie avec le territoire qui a motivé Clotilde et Benoît Lécuyer à se reconvertir dans l'apiculture en créant les Ruchers de Darbois, à Buncey aux portes de Châtillon-sur-Seine. L'écusson « France » cousu sur la manche de sa combinaison d'apiculteur et ses réponses claires par des mots choisis témoignent du passé militaire de Benoît. Le chemisier et l'allure soignée de Clotilde le sien dans la couture. Un virage radical qu'ils ont décidé de prendre, leur diplôme agricole en poche et après de multiples stages, en embarquant leurs six enfants avec eux, pour de nouvelles perspectives qui s'avèrent aujourd'hui une réussite grâce à un produit aussi exceptionnel qu'exigeant. Le miel de Darbois est issu de ruchers implantés en forêt. Quelque 9 000 hectares se trouvent à leur porte, avec leurs fleurs de sous-bois, de lisière et de prairies source de nourriture naturelle sans limites, loin des plateaux calcaires sur lesquelles l'agriculture conventionnelle pratiquée localement n'aurait pas permis de faire du produire en bio. Le travail en miellerie se fait à froid, technique rare parce que coûteuse en temps mais essentielle pour un miel crémeux au goût puissant et aux qualités nutritionnelles sont préservées. Les pots à l'étiquette élégante bleue et dorée s'exposent à la vente, miels classiques de printemps, d'été et de forêts, et surtout les fameux miels exclusifs aux plantes aromatiques qui font leur succès : thym-citron, verveine, hysope, reine des près, agastache ou encore menthe, et qui se dégustent à la cuillère.

Pour le couple d'apiculteurs, le Parc des forêts est une formidable opportunité, et surtout pour sauver préserver leur cadre de vie, environnement dont dépend la qualité de leur produit. Benoît n'a d'ailleurs pas attendu pour participer au développement du parc en devenant membre du de son conseil économique et social du Parc, alors que Clotilde s'est investie localement au conseil municipal. Aux Ruchers de Darbois, on poursuit la volonté de respecter toujours plus l'équilibre du territoire avec l'adoption récente de l'abeille noire, la race locale, plus rustique et plus en symbiose avec l'esprit des lieux.



Christine et Jean-Charles Dupaty

Le parc de Forêts, un lieu de reconversion

Il aura suffi que le chien d'un ami sorte de terre le fameux champignon du sol de la parcelle de forêt qu'ils venaient d'acheter, pour que Christine et Jean-Charles Dupaty, alors à peine à la retraite, créent leur exploitation de la Douix. Ils « cultivent » désormais la fameuse truffe de Bourgogne dont les racines dans l'histoire du terroir remontent aux capétiens et aux fameux ducs.

La petite forêt devient rapidement une station truffière naturelle, et un verger truffier est planté dans la foulée juste à côté, avec les essences d'arbres susceptibles d'être « mycosées » : pin noir d'Autriche et pins lariso de Calabre, cèdres et chênes, noisetiers, bouleaux et charmes. Car c'est l'arbre qui décide d'être mycosé, de laisser le champignon pousser à ses pieds, et non l'inverse, et ce pour des raisons qui restent encore de l'ordre du mystère, ce qui constitue toute la difficulté mais aussi la magie de cette activité.

Seuls 30% des plants à terme le seront.

Présidente de l'association de la Truffe Côte d'Or, Christine se bat pour la reconnaissance de sa truffe de Bourgogne, la vraie, la « tuber oestivum », exigeante à travailler, qui offre en bouche une promenade en forêt, le sentiment de marcher sur de la mousse, pour finir sur note de noisette et de vanille.

Une réglementation des récoltes est envisagée sous l'égide du parc, avec notamment un travail en cours en collaboration avec l'INRAE, à Dijon, pour cerner l'identité organoleptique de la truffe de Bourgogne et la protéger ainsi officiellement de ses concurrents. Un « Grand chemin de la truffe » qui le lierait à la Cité internationale de la Gastronomie de Dijon est aussi en discussion.



Des
savoir-faire
d'exception





“Ici, il y a de la place pour vivre des expériences d'exception.”

Jocelyn Gelé

Homme d'affaires bisontin
Besançon (25)

Dans sa famille, il y a l'aviation et le commerce. Jocelyn Gelé a d'abord été pilote instructeur avant de revenir au commerce ! La boutique de prêt à porter haut-de-gamme Bleu Marine à Besançon a été créée, il y a tout juste 20 ans par Michel Gelé, son père. En 2010, il acquiert la boutique Hugo Boss de Dijon. C'est en 2013 que l'homme d'affaires prend la succession de son père et poursuit son l'expansion avec la reprise de la maison Franck Berthier, un concept unique pour un commerce indépendant : 650m² de prêt à porter féminin et masculin, proposant exclusivement des marques premium et de jeunes créateurs. Jocelyn Gelé est un entrepreneur qui vit de projets, vibre pour le beau et vise l'excellence.

Quel est votre regard sur notre région ?

La Franche-Comté est une très belle région et la Bourgogne toute proche est connue dans le monde entier. Ici, on a tout : des vins d'exception, une gastronomie qui manque peut-être un peu de reconnaissance... un patrimoine, une filière luxe et des savoir-faire qui nous sont propres et qu'il faut justement mettre en avant.

Nous avons la montagne, un environnement naturel propice au développement d'un tourisme vert, respectueux. Et paradoxalement peu d'établissements étoilés.

Bien sûr, ici, ce ne sera jamais comme Paris et ses palaces, la Côte d'Azur et la méditerranée ou Megève et son or blanc, mais on peut proposer autre chose, dans l'excellence, pour aller à la rencontre des évolutions climatiques

et sociétales. Il y a de la place pour créer des lieux exclusifs et faire vivre des expériences d'exception, des expériences authentiques en circuits courts.

A chaque fois que je viens ici (au château de Germigney ndr) je suis surpris par les origines très lointaines et diverses de nos clients. Nous avons une clientèle suisse, anglaise, allemande, belge mais aussi d'Afrique du Sud, de Hong-Kong, du Japon, de Russie et du Pérou !

Pourquoi se poser en Franche-Comté ?

En ce moment, il me semble que cela a du sens de quitter les grandes villes. De revenir à la nature, à des valeurs simples, à une qualité de vie. En Franche-Comté, il y a une véritable culture du travail bien fait. Ce sont de belles valeurs pour construire quelque chose. Toutes ces valeurs, on les retrouve dans le manifeste Relais et Châteaux auquel nous adhérons. Elles expriment notre spécificité, notre sensibilité pour promouvoir l'hospitalité à la française, le respect de la nature, une gastronomie équitable. Nous sommes proches de la Suisse, de Paris et de Lyon.





Le spa du Château de Germigney, Port-Lesney (39)

Du prêt-à-porter à l'hôtellerie de luxe...

En 2016, le Château de Germigney, alors hôtel Relais et Châteaux 4 étoiles et restaurant gastronomique étoilé Michelin, est en vente. L'ancien pavillon de chasse du Marquis de Germigney avait été réhabilité en 1997 par Véréna et Roland Schön, un couple d'architectes d'intérieur suisses passionnés qui en avaient fait leur vitrine internationale.

« *Initialement, je suis arboisien, mon grand-père alors naviguant venait ici, déjà à l'époque, pour se reposer, raconte Jocelyn Gelé. Mes parents se sont mariés ici, je me suis marié ici. Alors quand nous avons appris qu'il était en vente, j'ai préféré me positionner pour construire une histoire avec l'équipe, pour maintenir cette histoire.* »

Sans lien apparent avec son activité initiale ? Jocelyn Gelé nous détrompe tout de suite : « *Avant tout ce sont des expériences que nous proposons à nos clients. Nous les habillons, les logeons et les nourrissons avec le même niveau de qualité. Ces activités sont complémentaires, nous sommes sur la même sensibilité de client. C'est cette sensibilité-là qui me passionne. Et puis, j'ai toujours aimé les hôtels, les voyages. J'ai trouvé que c'était un défi intéressant à relever.* »

Après une période d'observation, l'entrepreneur décide d'ajouter un spa à l'établissement. Un projet qui s'est concrétisé mi-2021 et dont l'ambition est clairement de décrocher une cinquième étoile. « *Caudalie ? C'est arrivé sur la fin parce qu'on ne savait pas quelle marque choisir au départ. Caudalie est une marque liée au vignoble bordelais. Bertrand Thomas et son épouse, Mathilde Cathiard-Thomas fille des propriétaires du Château Smith Haut Lafitte, grand cru classé de Graves l'ont fondé la marque en 1993.*

Mais le père de Bertrand Thomas est d'origine arboisienne. C'est lors d'une de leur visite dans le Jura que nous nous sommes rencontrés il y a un an. Descendus au château, ils ont vu que nous construisions un spa, à proximité d'un autre vignoble réputé qu'ils affectionnent. Ils se sont montrés tout de suite intéressés même si leur stratégie est davantage orientée vers la création de leurs propres instituts dans les capitales. »

... à la restauration

En 2019, le bâtiment classé Monument historique conçu par l'architecte Michel Demenge qui abritait l'office du tourisme de Besançon doit changer de vocation. « *Nous avons travaillé avec l'agglomération du Grand Besançon pour réaliser un beau projet. Nous sommes partis de quatre baies vitrées, d'un toit et d'un sol et nous nous sommes demandé comment faire un restaurant dans ce volume qui n'était absolument pas dédié à la restauration.* »

En 2021, le restaurant Le Parc décroche ses deux premières récompenses, attribuées dans les catégories pâtisserie et éloquence du guide gastronomique Gault & Millau.

“

La réalisation du spa porte clairement l'ambition de décrocher une cinquième étoile.





“ Je veux donner à ce lieu une dimension internationale.

Noémie Paris, Sommelière et Vivien Sonzogni, Chef, formés au Lycée des métiers de l'hôtellerie et de la restauration Hyacinthe Friant, Poligny (39)



Restaurant Le Parc, Besançon (25)

Décoration et design, tout est local

Le Parc a été construit avec la volonté de faire appel aux talents locaux. Jocelyn Gelé s'entoure de l'architecte bisontin Serge Ferrini qui structure les différents espaces, et de Rachel et Benoit Convers, les fondateurs de la maison Ibride qui apportent le design et les matériaux pour créer cette atmosphère envoûtante, en symbiose avec les arbres du Parc Micaud. L'entreprise bisontine Manton fabrique les pieds de table et l'envolée d'oiseaux si poétique qui adoucit l'acoustique. La cristallerie haut-saônoise La Rochère, elle, a conçu les pavés de verre qui habillent le bar.





Grand angle

Entretien avec Benoit Convers, designer

Le restaurant Le Parc, une poésie d'hommages.

Hommage à Besançon et à Michel Demenge.

La vocation première du bâtiment créé par l'architecte bisontin et aujourd'hui classé, était d'être l'office du tourisme de Besançon. Le plan de la ville, avec sa boucle remarquable entourée de collines et son cœur historique, rend ce double hommage.

Fixé sur l'une des cloisons qui délimite les espaces du restaurant, le dessin a nécessité des heures de travail pour restituer la réalité de ce joyau dans la nature qu'est Besançon et a été usiné sur les machines à commandes numériques de l'entreprise Ibride.

Hommage à la nature.

La structure en verre donne le sentiment que l'on entre dans la nature. Alors nous avons voulu faire entrer la nature dans le lieu, provoquer une continuité. Ainsi l'envolée d'oiseaux en métal découpés par Manton. Des oiseaux que l'on trouve à l'intérieur mais aussi suspendus à l'angle extérieur du bâtiment. Nous avons fait entrer le Doubs. Le bar est recouvert de pavés de verre fabriqués spécialement par la verrerie-cristallerie La Rochère qui a réussi, malgré une quantité peu importante, à créer une teinte qui s'approche de celle de la rivière et le dessin de deux vagues qui s'entremêlent pour évoquer une risée à la surface de l'eau.

“

**J'ai un amour inconditionnel
pour les idées et les projets cohérents
que l'on construit comme des histoires.**

Des rêves partagés.

**On se raconte nos envies
sur ce que va devenir l'endroit.**

**Et on crée un lieu
incarné qui ne peut être construit ailleurs.**



La Rochère des savoir-faire sur mesure pour l'architecture

La cristallerie de la Rochère, l'une des plus anciennes entreprises immatriculées en France, possède une double personnalité unique : elle est à la fois le dernier fabricant français de briques, de pavés ou tuiles de verre et une cristallerie qui conçoit et fabrique des objets de décoration et d'art de la table.

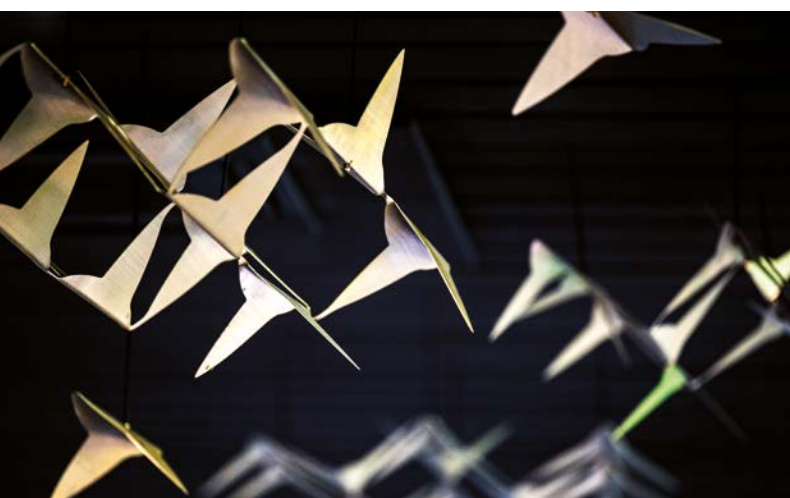
La Rochère s'est fait un nom dans le monde de l'architecture grâce à ses productions sur mesure : Jean Nouvel pour la réalisation de la fondation Cognacq Jay à Rueil Malmaison, une voûte en verre composée de lingots pour la Grande Epicerie Paris XVI^e... et plus récemment avec la rénovation des stations du métro Chatelet-les Halles pour lesquelles plus d'un million de carreaux de verre peint ont été produits.

Mantion

Besançon (25)

“Associer les évolutions technologiques pour intégrer l'esthétique.

Des lions en acier corten, des tables qui s'accrochent au mur réalisées en coopération avec Ibride, des meubles pour le musée du Temps de Besançon, les aiguilles de l'horloge Utinam KB2 signée Lebru x Silberstein, et le nouveau portail géant de la Saline Royale d'Arc-et-Senans (10 mètres de long pour 2,40 mètres de haut)... Ces objets ont pour point commun d'être réalisés chez Mantion. Une activité de sous-traitance qui fait phosphorer les équipes dans les ateliers.



Regards
croisés...

Jean-Charles Thoulouze, directeur industriel...

... et peintre pendant ses loisirs.

Une vision hors métier, des techniques rigoureuses sont appliquées de l'idée de l'artiste ou du designer à l'installation. De plus en plus, la technique se montre. Les projets nous permettent de travailler les aspects esthétiques, de retranscrire l'œuvre avec des fonctions techniques invisibles. Nous travaillons également des matières différentes : le bronze, l'inox avec grain imitation cuir, l'acier corten. Je suis le projet de A à Z avec les équipes. Nous utilisons l'ensemble de nos savoir-faire en découpage, assemblage et soudage pour concilier aspect design et aspect fonctionnel.

C'est depuis Besançon que Mantion est devenu un groupe international présent dans plus de 80 pays et sur tous les continents. Si, en 1920, Alexandre Mantion fabriquait des articles de ferronnerie d'art, près d'un siècle plus tard l'entreprise est le spécialiste européen de la fabrication de systèmes coulissants qui équipent porte d'hôtels, d'immeubles, d'appartements... de Paris à Dubaï, de la petite porte de placard de 10 kg à la porte spéciale coulissante de 3 tonnes.

Mantion

1920
Création

210
personnes

96%
de taux de service

4 500
articles en catalogue

20 000
composants

45%
du chiffre d'affaires
à l'export



Élodie Hosatte, chargée d'affaires

Nous avançons sans perturber la production. Le but est de faire évoluer la réflexion, de nous sortir de notre zone de confort. Le Nous prend le dessus ! Chaque projet artistique crée une émulation au sein des ateliers, une cohésion et un esprit d'équipe autour de la réalisation de l'objet. C'est un travail collectif qui permet de conjuguer la démarche de l'artiste et le travail matriciel de l'industriel. Nous réunissons une équipe différente à chaque fois..

Martial Devaux, directeur général

De la ferronnerie d'art à l'usine ultramoderne spécialisée dans la fabrication de systèmes coulissants, 100 ans se sont écoulés. Manton est aujourd'hui un groupe international présent dans plus de 80 pays sur tous les continents, qui a pourtant conservé son goût pour l'art. Si les systèmes Manton équipent des portes d'hôtels ou d'appartements c'est en répondant aux défis posés par des architectes et des artistes que les équipes mettent en œuvre leur créativité technique pour associer technologies dernier cri et esthétique.

C'est une activité annexe à notre production habituelle que nous entretenons et que nous développons car ces projets nous apportent un savoir-faire directement transposable dans nos process industriels.



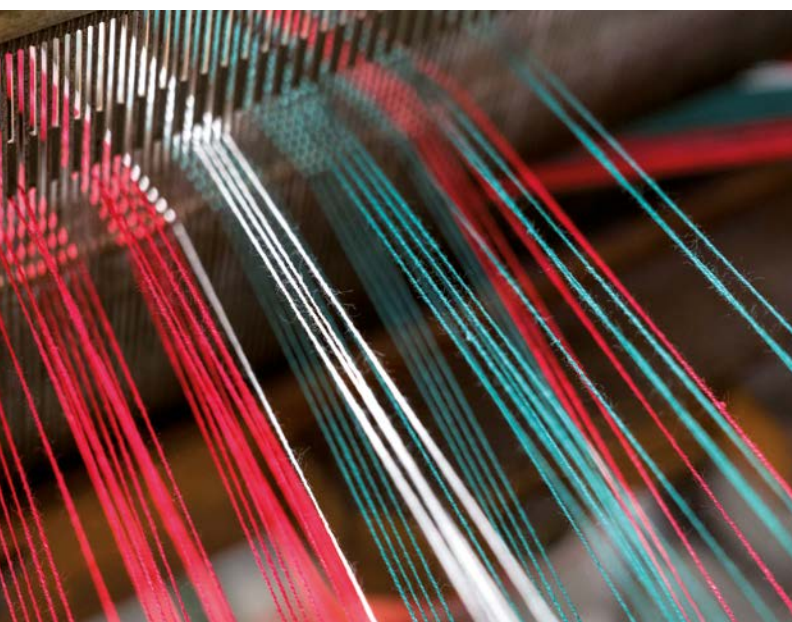
Manton et l'art

Manton accueille des projets de mécénat depuis 15 ans. L'un des projets réalisés en résidence, Dédale, l'œuvre labyrinthique de Gilles Picouet qui est aujourd'hui installée à la Saline royale d'Arc-et-Senans a été réalisée pour les 90 ans de l'entreprise dans le but d'intégrer des produits Manton : un passage réussi du suspendu à l'autoportant. Une expérience à fort coefficient émotionnel.



Cédric Plumey
Dirigeant fondateur
Manufacture Métis
Étupes (25)

Le tissage dans les règles de l'art



Du jean avec lisières de la plus belle facture, du velours côtelé, de la toile à chevrons de l'armée américaine, de la flanelle « tennis » des années 30, du lin et du métis - mélange de lin et de coton tissés bien serrés - et même de la toile pour sièges de 4L, avec une tisseuse d'origine dénichée par Cédric Plumey et dont la production, sur-mesure, ravit les collectionneurs de cette petite voiture populaire... L'atelier de la Manufacture Métis, dans la pépinière d'activité d'Étupes, est une caverne d'Ali Baba.



Ici un métier à tisser des années 60, là une noueuse et une machine anglaise pour jacquard, plus loin un ourdissoir de 1907, comme neuf, acheté du côté de Saint-Étienne et servant à faire les bobines. Et entre les machines à navettes et à lances et les bobinoirs des années 70, des étoffes tissées à partir de fibres naturelles : des écharpes de laine ultra-chics côtoient des rouleaux de verquelure, cet « écossais » traditionnel de Montbéliard et d'Alsace – le quelsch pour les Alsaciens – que Cédric Plumey a accepté de relancer pour l'office du tourisme local. Le tisserand alsacien qui lui a transmis la machine l'avait formé au métier en quelques jours. Pour le reste, il a appris en marchant, en s'aidant d'échantillons anciens et en se plongeant dans de vieux cours d'ingénieur textile « pour la théorie ».

En école de commerce en alternance chez Vuitton, destiné à un poste dans la finance à Paris, cet amateur de vêtements de qualité a tout plaqué pour sa passion pour les belles étoffes.

« En m'intéressant aux techniques de tissage, j'avais vu l'attrait pour les produits locaux. Alors en 2014, j'ai quitté la finance. J'avais 22 ans. Je suis originaire du Pays de Montbéliard et j'y suis revenu pour créer la Manufacture Métis. J'ai commencé par chercher des machines pour faire des tissus spécifiques et je me suis installé ici en 2016. »

Pour les avoir démontées et remontées, Cédric Plumey connaît ses tisseuses dénichées en France, en Italie, en Angleterre ou encore en Suisse sur le bout des doigts. Il a réuni une belle collection d'échantillons de tissus anciens qui lui servent de modèle. Il a choisi de n'utiliser que des fibres naturelles et durables, achète ses matières premières en Europe, lorsque c'est possible – le coton recyclé en Espagne, le coton bio en Allemagne, le lin français en Pologne, où il est filé, la laine filée en Italie – et collabore parfois avec Frip'Vie, un chantier d'économie sociale et solidaire du Pays de Montbéliard, pour des commandes en confection. Le jeune tisserand travaille seul et continue à chercher des machines « pour gagner en productivité et en flexibilité ». Sa toute petite entreprise compte parmi ses premiers clients le fabricant français de jeans Dao et une marque de mode japonaise, et elle commence à être rentable, confie-t-il.

Manufacture Métis

2015

Achat des premières machines

2016

Création par Cédric Plumey

2017

Premières commandes importantes

2018

Relance de la verquelure



“ Le chêne nous inspire !

Muriel Brégou

Directrice de la marque

La Chênaie

Murlin (58)

“

À l'image d'une forêt,
le groupe Charlois, ses maisons
et les différents métiers qu'il englobe
sont en constante évolution, animés
par une quête d'excellence où les talents
particuliers se fédèrent et s'unissent.

À l'origine de cette belle marque de cosmétiques La Chênaie, il y a l'idée de Sylvain Charlois, président du groupe familial, qui se résume ainsi : « Si le chêne est un si bon antioxydant pour le vin, peut-être l'est-il aussi pour la peau. » Tout est parti de là !

Mais tout avait commencé bien avant...

Au cœur du Nivernais, la forêt des Bertranges est la seconde plus grande chênaie de France. Noble et généreuse en bois de qualité, cette forêt domaniale est le terroir sur lequel le groupe Charlois prend ses racines au début de 17^e siècle.

De la forêt au fût, tous les métiers sont représentés à Murlin, un village d'à peine une centaine d'habitants, à une dizaine de minutes de La Charité-sur-Loire et de l'autoroute A77 qui le relie à Paris.

Sylvain Charlois a repris les rênes de la maison en 2005 et construit les bases solides d'un « patrimoine écoresponsable » en plein cœur de la chênaie des Bertranges. Après avoir acheté des tonnellerie en Bourgogne, puis dans des régions vinicoles en France et à l'étranger, le groupe acquiert un laboratoire spécialisé dans le chêne dont l'expertise et l'équipement tournés vers l'agroalimentaire vont permettre de valoriser la totalité de cette matière noble et précieuse.

« On n'abat jamais d'arbres pour faire les cosmétiques, nous utilisons des sous-produits connexes : copeaux, sciure, et chutes de la production des merrains sont récupérés, nettoyés et finement broyés. Les feuilles sont prélevées

sur les parties basses de l'arbre pour ne pas pénaliser sa croissance », explique Muriel Brégou, la directrice de la marque La Chênaie, recrutée pour passer du concept à la concrétisation.

De l'idée au lancement

« Nos produits sont conçus, développés et fabriqués en France. Grâce à ce laboratoire, nous avons mis au point un extrait à partir de trois parties de l'arbre : écorce, bois et feuilles. Nous avons pu prouver l'action antioxydante de notre extrait sur des cellules de peau ainsi que des propriétés anti-âge, anti-collagénase, et anti-hyaluronidase. Personne n'avait pensé au chêne en cosmétique. Nous avons immédiatement déposé le brevet. La première gamme de 8 produits a été lancée en janvier 2016. Elle est distribuée en pharmacie et parapharmacie : positionnement d'excellence avec la vente et le conseil par un scientifique, une accessibilité prix et une accessibilité géographique qui est importante pour nous qui ne sommes pas une marque parisienne mais bourguignonne. À la Charité-sur-Loire, la ville la plus proche de Murlin, il n'y a pas de parfumerie mais il y a trois pharmacies ».

Le laboratoire acquiert une expertise cosmétique, l'équipe R&D s'étoffe et poursuit ses recherches sur d'autres parties de l'arbre. Un deuxième extrait à base de sève prouve son action hydratante. D'autres projets sont en cours, il faut trois ans entre l'idée du brevet et la mise sur le marché... nous n'en saurons pas plus.



“

Le chêne dans la cosmétique, personne n'y avait pensé.

La Chênaie, un nom incantatoire.

C'est d'abord un lieu, un univers évocateur.

« J'ai choisi ce nom pour la marque car il fait bien sûr référence à la forêt des Bertranges dans laquelle nous nous approvisionnons, et qui est le lieu de nos racines. Les valeurs de la marque s'appuient sur les valeurs du groupe : authenticité, durabilité, innovation, efficacité et puis l'esthétique, l'élégance. Naturalité, évidemment ! Jusqu'à 98,7% de nos ingrédients sont d'origine naturelle ».

Les valeurs de la RSE sont ici une évidence, dans les gènes du groupe qui les applique comme on respire.

Au fil du temps, Murlin devient un lieu incontournable pour découvrir cet univers. Le groupe a créé un restaurant où l'on cuisine les produits du jardin, un musée, une fondation pour l'art et la forêt qui finance un programme de plantation et valorise les artistes locaux. Sylvain Charlois ne semble pas à court d'idées. Avec le programme Oak génération, le groupe développe des activités en hommage au village et à la forêt qui l'entoure.

Le groupe Charlois

est aujourd'hui composé de 37 maisons dont les activités sont liées au chêne et à la forêt.

1756

Naissance de Jean Charlois, fendeur de merrain

2005

Sylvain Charlois, 11^e génération, rachète l'entreprise familiale et fonde le groupe Charlois

1928

Eugène Charlois, 9^e génération, installe un atelier de fendeurs à Murlin, Maison Charlois

2016

Charlois Cosmétiques, La Chênaie

1969

Denis Charlois reprend l'entreprise à la suite du décès de son père Eugène et en fait progressivement un des leaders de la fabrication de merrain, aidé dans sa tâche par ses fils



“ Ça ne sert à rien
une assiette
au mur !



Jean-François
Dumont raconte

La Faïencerie Georges

à Nevers (58)

Cela fait près de cinq siècles que l'on fabrique de la faïence à Nevers. La présence d'une terre, de bois pour les fours et de voies d'eaux pour le transport a favorisé l'établissement des verriers puis de faïenciers italiens auxquels des conditions avantageuses pour développer leur savoir-faire sur ce territoire ont été proposées. Ce sont ces savoir-faire que la Faïencerie Georges inscrit aujourd'hui dans une modernité disruptive.

Deux nœuds verts depuis 1898

La famille Georges est l'une des trois familles qui ont contribué au renouveau de la faïence de Nevers à la fin du 19^e, « *des productions qui ont été enfermées dans une fausse tradition tout au long du 20^e siècle* », estime Jean-François Dumont, le mari de Carole Georges, représentante de la quatrième génération. Labels et normes avaient permis de faire perdurer les savoir-faire soit, mais avaient stoppé la créativité, explique-t-il. Au 20^e siècle, la faïence de Nevers devait être une faïence blanche émaillée à la main avec des fleurs « *alors qu'auparavant tout ou à peu près avait été tenté* ».

La fille du faïencier

Nous sommes neversois, nous nous connaissons depuis longtemps mais nous nous sommes retrouvés à Paris où chacun a commencé une carrière qui marchait bien. Carole était illustratrice dans sa propre agence après un passage chez BETC. Moi j'étais spécialiste du diplôme et de la formation au ministère des Finances. C'était une époque charnière entre évolution de carrière et désir de famille. Carole étant la 4^e génération de Georges, nous nous sommes posé la question et avons étudié le projet de revenir. En 2008, quand nous lui avons fait part de notre idée, Jean-Pierre Georges, son papa, n'a pas été très enthousiaste. Il gérait la fermeture progressive de la faïencerie familiale avec l'idée peut-être de confier l'atelier à un artiste, un artisan. Il avait déjà vendu un grand atelier, il ne restait alors qu'un seul ouvrier, des machines et les fiches techniques.

La renaissance de la faïence de Nevers au 21^e siècle

En 2009, depuis Paris, nous avons commencé à travailler pour un concours du réseau des Villes et Pays d'art et d'histoire. Notre projet, un pichet, a été l'une des huit productions de ce concours - parmi 100 - à être exposé à Paris au Viaduc des Arts. Une reconnaissance immédiate de notre travail. Nous avons été conquis et nous sommes rentrés à Nevers. En 2010, Jean-Pierre Georges nous donnait les clés. Bien sûr, nous avons continué à produire les modèles traditionnels qui nous ont permis de prendre notre temps pour commencer à imposer notre vision plus moderne de la céramique. La première série a été la série des usines. Nous avons joué avec la tradition. Avec le Centre d'art contemporain de Pougues-les-Eaux, nous avons réalisé une pièce monumentale : une composition d'assiettes représentant une grue de 4 mètres de haut, qui a été très remarquée. Puis, nous avons intégré d'autres réseaux France Éclat, EPV, Atelier d'art de France... En 2013, nous avons reçu le prix Céramique Jeunes Talents et pu exposer sur 4 mètres carrés au salon Maison et Objets ! Aujourd'hui, nous sommes identifiés comme le seul faïencier à utiliser notre savoir-faire pour réaliser des assiettes qu'on peut accrocher, entre autres car on peut aussi s'en servir !

Du mur aux tables étoilées

Nous travaillons depuis pour des décorateurs. Nous travaillons aussi sur des projets. Carole a une véritable compétence à la fois artistique, créative mais aussi de gestion de projet. Une méthode apprise en agence qu'elle a adaptée ici. Notre rencontre avec la Maison Ducasse s'est faite sur le salon Maisons et Objet. Cette collaboration nous a fait beaucoup évoluer techniquement. Maintenant, nous proposons des assiettes de présentation et aussi des assiettes réalisées spécialement pour un plat. La restauration est un monde très créatif qui nous va bien.



Carole Georges et Jean-François Dumont

Tout est maintenant en place

Aujourd'hui, il ne semble pas y avoir de limites en termes de création. Nous avons les capacités de production. Nous sommes présents dans les boutiques de centre-ville des capitales régionales, nous commençons à être présents au Japon, aux USA. Nous nous structurons. A la rentrée nous serons de nouveau sur Maison & Objets, et nous allons être pour la première fois au Sirha. Le 1^{er} octobre nous ouvrirons notre boutique à Paris, au 18 rue Charlot dans le 3^e. Nous sommes en chemin pour réimposer une marque ancestrale dans le monde de la céramique contemporaine et dans les arts de la table. Les choses se font avec le temps.

La Faïencerie Georges

1898
Création

8
personnes

2010

Reprise par Carole Georges et Jean-François Dumont

Références

Restaurant Esterre par Alain Ducasse, Palace Hotel Tokyo
Bistro Benoît par Alain Ducasse, Kyoto et New-York
École de cuisine Alain Ducasse, Meudon
Restaurant Shababeek, Sharjat, Emirats Arabes Unis
Restaurant Marly, Chef Gregor Ruppenthal, Mannheim
Sport Ouessant & Spa, Île d'Ouessant

“L'accord secret
du livre et du vin
tient en un mot : l'humain.*



Évelyne Philippe

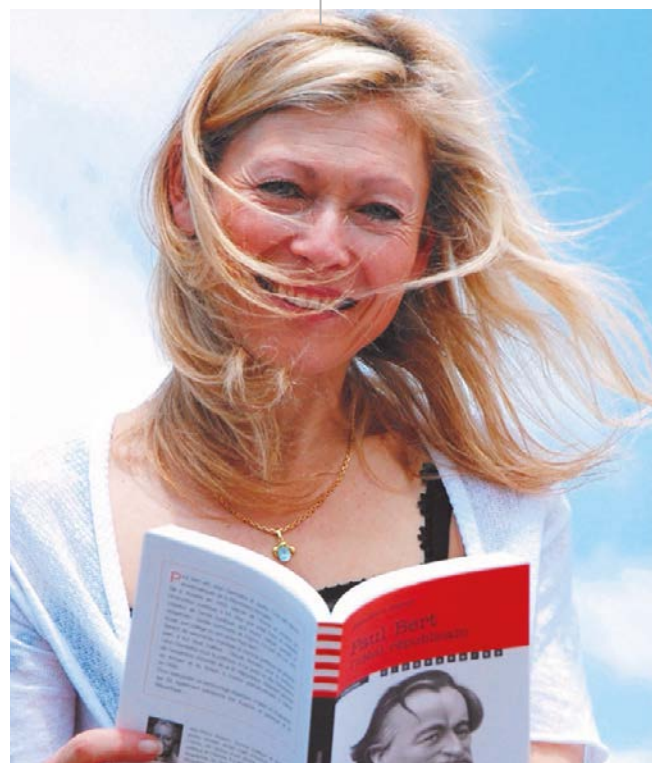
Fondatrice
Livres en Vignes (21)

Les 25 et 26 septembre 2021, au milieu des vignes, le Château du Clos de Vougeot accueillera Jean-Paul Kauffmann qui présidera la 14^e édition de la fête Livres en Vignes aux côtés de Jean-Robert Pitte et de deux invitées d'honneur : Dominique Bona de l'Académie Française et Noëlle Châtelet.

Un lieu aux sources du vin de Bourgogne retraçant plus de 900 ans d'histoire et l'originalité d'un événement contemporain qui met la culture à la portée de tous. La magie opère à l'abri des murs classés du château. La fête a même eu lieu en 2020 alors que de nombreuses manifestations avaient été annulées. Passion et volonté, c'est certainement ce qui caractérise le parcours d'Évelyne Philippe, maîtresse de maison de cette institution pendant les deux jours du salon qu'elle a créé.

Au début des années 2000, l'idée est nouvelle

lorsqu'Évelyne Philippe crée sa petite entreprise pour la mettre en œuvre. « Pourquoi ne pas regarder ce qu'il se passe en littérature du côté du vin et de la gastronomie, en dehors des livres de recettes ? En 2007, de la façon la plus naturelle, alors que je recherchais un haut lieu du patrimoine, je me suis arrêtée sur le Château du Clos de Vougeot, que je connaissais partiellement de l'intérieur, et j'ai proposé mon idée aux membres de la confrérie. »



* Yann Queffelec – Président de Livres en Vignes 2020

L'idée a séduit Louis Marc Chevnard, alors directeur général, Grand Connétable de la confrérie. Un an plus tard, partie d'une feuille blanche, la première édition de « Livres en Vignes » est présidée par Jean-Robert Pitte. Depuis, la Confrérie des Chevaliers du Tastevin, qui compte des milliers de personnalités en provenance du monde entier, a dédié un de ses 16 chapitres au salon. Le Chapitre de la plume et du vin est devenu l'un des plus prisés.

Livres en Vignes défend et valorise « *tous les acteurs de la chaîne du livre : les auteurs, les éditeurs, les libraires. Mon but est que les gens viennent acheter des livres. C'est pour cela que l'entrée est gratuite pour le public. Rien ne me fait davantage plaisir que de voir une personne s'acheter un livre, s'asseoir sur un muret du château, prendre son temps, contempler... la magie est que généralement il fait beau !* » Le salon est conçu pour être une jolie parenthèse pour s'intéresser aux livres mais aussi au patrimoine architectural, culturel, découvrir ce lieu emblématique au milieu des vignes... pour les visiteurs, comme pour les auteurs ou les personnalités.

“

Tout était un peu magique,
ça valait le coup de tenter l'expérience.

Pour réussir chaque année le pari, Évelyne Philippe fait travailler un réseau vertueux de partenaires locaux. Hôtels, transports de qualité pour les navettes, food trucks de spécialités régionales pour la restauration du public, entreprises, artisans et artistes régionaux œuvrent pour réserver un accueil grand cru et pour la réalisation d'un programme ambitieux renouvelé à chaque édition. L'organisatrice intègre à l'événement les élèves du lycée viticole et du lycée Marey de Beaune qui trouvent là un terrain d'application pour l'enseignement lié aux métiers de la vigne et du vin ou aux métiers de l'accueil. Un exercice de style qui crée un lien intergénérationnel entre lycéens et bénévoles. Car ce lien avec la jeunesse tient particulièrement à cœur à la fondatrice.

Chaque édition de Livres en Vignes est un exercice de style. « *C'est une belle aventure, je n'aurai pas imaginé qu'elle pourrait durer 10 ans, 14 ans. J'étais partie pour... je ne sais pas d'ailleurs ! On ne voit pas le temps passer. Il y a une envie ... il y a encore plein de choses à faire. Je pense à d'autres auteurs, au président ou à la présidente que je pourrai inviter... et ça vous emmène, toujours un peu plus loin. Il y a bien eu quelques moments de vague à l'âme. Trouver les partenaires est un exercice de style, d'équilibriste mais il y a un esprit Livres en Vignes.* ».

C'est peut-être aussi cela la magie : celle des rencontres. D'ailleurs des projets littéraires sont aussi nés à partir de Livres en Vignes.

Livres en Vignes

Association créée en
2007

3
personnes

un événement sur
2 jours

3 prix littéraires décernés :

- Le prix du 1^{er} Roman Méo Camuzet,
- Le prix Albert Bichot en littérature générale
- Le prix Clos de Vougeot sur la thématique

et **1** prix «coup de cœur» Rougeot-Meursault

Le Château du Clos de Vougeot remporte le Prix d'Or 2021 dans la catégorie «Énotourisme d'Affaires & Événements Privés» décerné par Atout France.

14^e
édition en 2021

150 000 €
de budget

7 000
visiteurs





Transitions

Nom féminin
Passage d'un état à un autre
État, degré intermédiaire, passage progressif
entre deux états, deux situations
Passage graduel d'une idée ou d'un développement
à un autre.

En Bourgogne-Franche-Comté
Où l'entreprise s'adapte aux transitions multiples du 21^e
siècle et innove pour proposer des réponses aux enjeux
du futur

Un lieu	52
Le Parc Naturel Régional des Ballons des Vosges	
- <i>La Distillerie Paul Devoille</i>	53
- <i>Le conservatoire de la dentelle</i>	54
- <i>RKF</i>	55
Le vin et le changement climatique	56
Les Pépinières Guillaume	56
La Tonnellerie Rousseau	58
L'aviation civile en mouvement	60
Robin Aircraft	60
Avions Mauboussin	62
Technologies digitales & luxe	64
Skinsoft	64
Luxogood	65
Les technologies & la main	66
Silvant	66
STSI	68

Le Parc naturel régional des Ballons des Vosges

“
Outil d'innovation, le parc doit être un laboratoire.”

D'une lumière à l'autre, d'un pays à l'autre oserait-on presque penser, comme un pont, une transition, mais aussi une union. L'une des spécificités du Parc régional des Ballons des Vosges est d'être « *un pont politique entre deux régions* », selon son directeur Olivier Claude. Il partait du désir d'animer des projets à intérêt interrégional et de passer outre les frontières administratives de la Bourgogne-Franche-Comté et du Grand Est.

Car ici les habitants des deux régions ont l'habitude de vivre ensemble, de circuler d'une vallée à l'autre pour aller travailler, avec à proximité des villes sources d'emplois et d'activités telles que Lure, Luxeuil-les-bains, Belfort pour la Bourgogne-Franche-Comté. L'idée d'une structure commune est ainsi apparue comme une évidence, voire une nécessité. La géographie a fait le reste : la partie sud du massif des Vosges est adossée sur la base d'une ligne de crête qui traversent les Hautes Vosges, le Grand Ballon, le Ballon d'Alsace assis sur les deux régions, et le Ballon de Servance avec sa fameuse planche qui fait rêver, celle des Belles-Filles.

Transitions, une réflexion qui occupe l'action des acteurs du parc, tout comme celles et ceux qui y vivent.

« *Chaque jour nos certitudes sont mises à mal, et le parc doit être un outil évolutif pour s'adapter en permanence. Outil d'innovation, d'expérimentation, le parc doit être un laboratoire pour rester aux aguets des connaissances nécessaires à la prise de décision en fonction d'une soudaine évolution, climatique ou autre, et dont les conséquences sont quasi immédiates.* »

La transition prend ici tout son sens. Et si l'emploi reste une priorité, sa gestion ne peut se faire que dans le cadre d'une autre transition, plus fondamentale elle, la transition écologique. Et l'enjeu est de taille : vers quel type d'économie doit-on se diriger ? Quel type d'entreprise privilégier : industrielle, rurale, artisanale, touristique ? Et comment les implanter tout en respectant un environnement de plus en plus fragile, voire en danger ?



Distillerie Devoille - Fougerolles (70)

La distillerie Paul Devoille, une affaire de famille

L'entreprise est familiale depuis que le père de Hugues de Miscault, l'actuel patron, l'a reprise en 1985 alors qu'il était lui-même distillateur en Alsace.

« Tout est fragile : ça fait 160 ans qu'on distille et qu'on vend de la liqueur, et en trois jours en mars 2020, on n'a plus vendu une seule bouteille ».

Il a donc fallu s'adapter, comme l'entreprise le fait pour les changements d'habitude de consommation, les récoltes qui fluctuent au gré des caprices du climat.

Hugues de Miscault n'a pas attendu ces temps difficiles pour échanger avec les acteurs du parc. La labélisation de ses produits, dont celle de l'absinthe, en cours, est déjà une vraie opportunité pour accéder aux réseaux de distribution qui ne prennent que des produits labélisés. La création du « Jardin secret de la fée verte » en 2014 a aussi été une belle concrétisation de cette collaboration.

Dans ce joli espace botanique attenant à la distillerie, poussent les différentes plantes qui constituent l'absinthe.

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. À consommer avec modération.

Un projet pédagogique monté et cofinancé avec la structure interrégionale. Cette collaboration devrait aller plus loin aujourd'hui, selon le distillateur. Alors que l'on parle partout de relocalisation, il serait intéressant de réimplanter localement la production de certaines matières premières comme la framboise ou la myrtille, et revenir à cette époque où Fougerolles était autosuffisante en cerises.

La distillerie Paul Devoille a, quant à elle replanté, 2 500 sapins de variété « abies alba » pour ses liqueurs de sapin des Vosges. S'appuyer sur le parc pour mener des études et ainsi savoir où et comment implanter tel ou tel produit, en fonction de l'évolution du terroir et du climat, telle est l'idée. En parallèle, la collaboration horizontale des acteurs de la filière a permis la création du Schrick, nouvelle liqueur à base de la fameuse cerise locale créée dans le but de s'orienter vers le côté apéritif et la mixologie. La recette est la même pour tous les distillateurs de Fougerolles, mais chacun le fait avec ses propres ingrédients. Une belle réussite.

Toujours regarder devant, et innover, imaginer. L'étendue de la gamme de produits en est aujourd'hui la preuve, entre les eaux de vie, les liqueurs, les crèmes de fruits, la vodka, le gin, et bientôt le whisky, le dernier projet des distilleries Devoille, en bouteille pour la fin de l'année. Un whisky à la finition en fûts dans lesquels de la poire William a séjourné, et qui lui donnera une rondeur particulière. Et Hugues de Miscault de rêver déjà à un rhum franc-comtois...

Distillerie Paul Devoille

1859
création

2015
label EPV

300 000 bouteilles par an

19 salariés

100% familial

Source du Planey - PNR des Ballons des Vosges





Madame Richard

L'étonnant conservatoire de la dentelle

Les collections et les archives de plus de 2 000 dessins originaux y sont soigneusement conservés. Plus qu'un conservatoire, c'est une école que dirige Madame Richard. Ici, une centaine d'adhérentes travaillent tout au long de l'année sur des créations, et des stagiaires viennent apprendre cette technique unique en France, aussi utilisée en Belgique (dentelle de Bruges) et en Italie (dentelle de Milan).

« Entretenir le savoir-faire c'est essentiel. On ne sait pas ce qu'il peut arriver demain ».

Alors les brodeuses du conservatoire de Luxeuil-les-Bains travaillent, tranquillement. Et elles créent. Elles imaginent d'autres supports pour leur dentelle, et la modernisent par d'autres couleurs et d'autres formes, mais toujours avec la même technique. Et la récompense tombe parfois, comme pour justifier l'abnégation, la persévérance après toutes les années de travail. Une robe haute-couture qu'il faut garnir, ou cette autre robe de mariée entièrement en dentelle pour le mariage d'une princesse.

Madame Richard ne s'arrête pas là dans son rêve. La maquette de l'Abbaye en structure de bois tendu de dentelles effectuées à l'imprimante 3D propulse l'art « ancien » dans le futur. Une concurrence fatale aux petites mains, diront certains, ou un moyen de rester rentable en rendant l'œuvre reproductible, répliqueront d'autres. La création initiale restant la tâche exclusive de la brodeuse. Peut-être un nouveau modèle économique pour une industrie qui ne demande qu'à renaître.

C'est dans un souci de préservation de ce savoir-faire que le conservatoire est créé en 1978 par un chef d'entreprise dans l'activité du textile. Ici on parle comme dans une église. Seuls les pas feutrés des touristes qui viennent regarder cérémonieusement les collections exposées, robes, linges de table, bijoux et autres objets de décoration, se mélangent aux conversations susurrées des brodeuses qui travaillent consciencieusement dans la pièce d'à côté et que l'on peut observer.



Un art local ancestral qui a connu son heure de gloire

La dentelle de Luxeuil-les-Bains dite de style « Renaissance » est longtemps le signe de l'élégance pour la cour de Catherine de Médicis comme pour le clergé. C'est surtout à partir du second Empire que sa renommée fait un bond grâce à l'ombrelle offerte par la ville à l'Impératrice Eugénie venue « prendre les eaux » à Luxeuil-les-Bains avec son mari Napoléon III.

Dès lors le succès est foudroyant, la noblesse comme la bourgeoisie s'arrachent ce nouvel art en robes, châles, cols, manches et bien entendu en ombrelles. Jusqu'à ce que les guerres passent par là. Les hommes partis au front, les femmes sont envoyées dans les champs ou dans les usines de munition, abandonnant ainsi leurs productions plus délicates.

Puis ce sont les effets de mode qui viennent assommer une industrie déjà quelque peu délaissée, avec les nouvelles matières dans les années 50 comme le nylon et le tergal, et avant que la délocalisation n'achève ce secteur plus du tout rentable ; les coûts de production sont exorbitants (1h de travail pour 3cm²), en regard de la production chinoise, même si de qualité bien moindre.

Mais l'intérêt pour cet art n'a jamais baissé.





Carlton Tower - Londres

Du linge de maison fashion

Difficile de saisir Riadh Bouaziz, toujours entre deux avions, toujours entre deux réalisations de projets. L'entrepreneur qui a fondé RKF Luxury Linen à Belfort, il y a tout juste 21 ans est un hyperactif. En 2020, La fabrication de surblouses et de masques réalisée en un temps record pour subvenir aux besoins du personnel soignant n'a pas ralenti RKF dans ses activités principales : la création sur-mesure de linge de maison pour l'hôtellerie de luxe, les maisons royales ou princières, les yachts et les châteaux du vignoble français...

Les grandes maisons de luxe font appel à la marque belfortaine pour la création de leurs collections de linge de lit et linge de toilette. De New-York à Miami, de la Suisse au Japon, de Courchevel à Dubaï, RKF est présent dans les chambres et dans les spas. « *Le marché du Wellness connaît une dynamique forte* » s'enthousiasme le dirigeant. Dernièrement, après Raffles, la marque de luxe du groupe Accor, c'est le groupe hôtelier Jumeirah qui a fait appel à RKF, « *nous avons intégralement équipé le Carlton Tower de Londres en draps, peignoirs et éponges pour les chambres et le spa.* »

Riadh Bouaziz



Nous sommes maintenant positionnés au plus haut niveau dans de nombreux pays. »

L'entreprise s'est structurée, recrute pour accompagner son développement en France et à l'international, couturières mais également et surtout une équipe commerciale complète : chefs de projets, managers, assistantes commerciales à Belfort et aussi à Luxeuil-les-Bains où elle a fait l'acquisition en 2018 d'un site industriel de production de linge de maison renommé Les Manufactures by RKF.

Riadh Bouaziz qui n'est jamais à court de projets souhaitait faire du site luxovien un pôle d'innovation et de performance technologique. Car même dans le linge de maison, l'innovation est présente notamment pour apporter une valeur ajoutée « *timeless, pour du linge éponge éco-friendly plus absorbant, qui voit sa durée de vie augmenter et son coût de blanchissage diminuer.* »

Nous allons révolutionner le linge d'hôtel. ».

Trois brevets sont en cours de dépôt.

A terme, l'entrepreneur envisage de travailler avec le territoire pour ouvrir un musée, une école visant à perpétuer le savoir-faire et pourquoi pas une IG - Indication Géographique - pour le protéger. S'il propose la dentelle de Luxeuil à ses clients, l'engouement se fait un peu attendre à son grand regret. « *Nous avons des archives historiques avec des dessins du 19^e siècle, nous avons envie de faire revivre la dentelle.* »

Un projet en cachant un autre, RKF devrait lancer très prochainement une collection haut-de-gamme accessible, personnalisable en vente sur une boutique digitale en cours de finalisation.

“ Nous allons révolutionner le linge d'hôtel



“
**Le challenge
du changement
climatique
nous pousse
à tout envisager.**

Martine Delbos

Directrice générale

Pépinières Guillaume

Charcenne (70)

Pépinières Guillaume

1895

Création
par Albert Guillaume

14 000 000

de plants de vignes
greffés chaque année

1985

Ouverture à l'international

1/3

du chiffre d'affaires
à l'export

2000

Filiale au Chili

35

salariés permanents

2007

Filiale en Californie

85

au total avec les saisonniers
d'octobre à juin

2010

Filiale en Argentine

1^{er}

producteur mondial
des plants de Pinot Noir

2021

La 5^e génération s'apprête
à piloter l'entreprise

Sous la grande serre, juste avant l'été, les travaux d'ébourgeonnage se terminent. Chaque année, quelque 14 millions de plants de pinot noir, de chardonnay ou encore de sauvignon blanc sont greffés, à la main, par les pépinières Guillaume, soigneusement sélectionnés pour s'adapter aux sols, au réchauffement climatique qui bouleverse tout et aux souhaits d'expression du terroir des meilleurs domaines viticoles du monde.

Albert Guillaume avait lancé cette activité après la crise du phylloxera, à la fin du 19^e siècle. Ce puceron avait ravagé une bonne partie du vignoble français et la greffe allait s'avérer la meilleure solution pour le reconstituer. Plus d'un siècle plus tard, toujours enracinés sur les sols d'argiles rouges et les calcaires fissurés de Charcenne, en Haute-Saône – le berceau du pinot noir, tout contre la Bourgogne –, les descendants d'Albert Guillaume perpétuent son savoir-faire en s'adaptant, toujours. Trois questions à l'arrière-petite-fille d'Albert Guillaume, Martine Delbos, qui dirige l'entreprise avec son frère Pierre-Marie Guillaume et son mari, Christophe Delbos.



Qu'ont apporté chacune des générations dans l'aventure des pépinières Guillaume ?

Avant tout nous avons un dénominateur commun : la passion. J'ai travaillé avec mes parents, puis maintenant avec mon fils. Notre père avait eu l'idée de sortir de Franche-Comté pour aller dans l'Aube qui s'était mise à défricher. Il y avait développé une clientèle, c'était l'essor du champagne. Mon frère Pierre-Marie et moi sommes arrivés en 1982. Il y a aussi notre frère Xavier, qui fait du vin. Pierre-Marie, lui, était allé vendre en Italie dont le vignoble a connu un essor fantastique. Chacun a su sortir de la routine. Avec Pierre-Marie et Christophe nous avons créé des filiales au Chili, en Californie puis en Argentine, parce que pour accéder à ces marchés il faut produire sur place. La jeune génération qui arrive, je lui fais confiance pour inventer un territoire.

Comment arrive-t-on à être reconnu dans des maisons aussi prestigieuses que La Romanée-Conti, Antinori, Vega Sicilia, Château Margaux ou Moët et Chandon ?

La qualité amène la notoriété. Cela fait 30 ans que l'on travaille en Italie, par exemple, et là-bas on nous dit que c'est avec nos plants que l'on fait les meilleurs vins. Mais une vigne va durer cinquante ans, c'est un métier long où rien ne vient vite. Et faire un produit qui dure tellement longtemps, c'est fort et cela crée des liens. Plus nous connaissons le client, mieux nous saurons lui répondre. Nous sommes toujours invités aux dégustations...

Le défi de la cinquième génération, votre fils Vincent Delbos et son cousin François Guillaume – tous les deux ingénieurs agronomes, comme votre frère et votre mari –, ce sera celui du climat ?

Le climat, oui, mais aussi le développement durable, pour répondre aux attentes environnementales fortes. De quoi a-t-on besoin pour réussir à faire du très bon vin dans dix ans ? Faut-il changer de cépage, repérer des individus plus robustes, plus tardifs ? Le challenge du changement climatique nous pousse à tout envisager. Nous avons vu des vignes dans le monde entier et cela nous donne des références. La génération qui arrive aura aussi à répondre aux attentes techniques, notamment dans le bio. Le respect de la terre sera le défi des acteurs viticoles.





Les défis de la troisième génération

Frédéric et Jean-Christophe Rousseau

Directeur général et directeur technique

Tonnellerie Rousseau

Couchey (21)

La sécheresse qui touche les forêts et les vignes, le gel tardif, les étés plus chauds et les vendanges précoces... Comme les forestiers et les vignerons – l'amont et l'aval – les tonneliers doivent s'adapter aux changements climatiques, tout en faisant perdurer leur métier millénaire, où l'homme reste irremplaçable.

À la tonnellerie Rousseau, maison créée en 1954 dans l'agglomération dijonnaise, la troisième génération vient d'arriver aux commandes et sera confrontée à des défis que n'auront pas connu les deux précédentes.

Le travail est aussi physique que précis, et dans l'atelier de Couchey règne une ambiance de ruche. Chacun des quinze tonneliers est à sa tâche. Les « chasses » frappent régulièrement les cercles pour descendre sur le tonneau et resserrer ses douelles afin d'assurer une parfaite étanchéité. Chaque tonnelier a sa propre chasse, modelée à sa main. Jadis, chaque village du vignoble avait son atelier de tonnellerie. Il en reste aujourd'hui moins de 100 en France, répartis entre le Bordelais, Cognac et la Bourgogne. Le bois de chêne sélectionné par la tonnellerie Rousseau provient exclusivement de forêts du centre et de l'est de l'Hexagone, celles où, historiquement, les tonneliers bourguignons se sont fournis. L'entreprise a obtenu la certification PEFC en 2012, qui garantit la gestion durable des forêts dont ses bois sont issus. Elle est aussi engagée depuis 2019 dans le programme de Reforest'Action et finance la plantation

d'arbres, des chênes essentiellement, dans des parcelles situées en Eure-et-Loire et dans la Nièvre, « pour rendre à la nature ce qu'on lui prend pour exercer notre métier », explique simplement Frédéric Rousseau, issu de la troisième génération et tout nouveau directeur général de l'entreprise. Le métier est exigeant : l'arbre doit être droit comme un cure-dents, sans nœud, et arrive sous forme de merrains, des planches fendues dans le sens du bois. Dans les anciens locaux de Couchey, où la famille Rousseau fabrique les « pièces bourguignonnes », des tonneaux de 228 litres, des « barriques bordelaises » (225 litres) ou encore des « feuilletes chabliennes (132 litres), les merrains soigneusement triés sont évidés et jointés pour former les douelles, les planches du tonneau. L'étanchéité est renforcée par une feuille de jonc qui gonflera au contact du vin. Les douelles seront ensuite « mises en rose » au sol avant d'être cerclées, puis viendra l'étape clé : la chauffe, pour cintrer le bois préalablement arrosé puis, dans les chauffeuses suivantes, pour révéler ses arômes.

Et dans cette étape-clé, chaque maison a sa signature.

« Sur des petits tonneaux, la chauffe a un impact fort sur l'élevage du vin, mais pour les grands contenants le client ne cherche pas l'apport boisé mais quelque chose de discret, de plus long terme, dans le respect du fruit », explique Jean-Christophe Rousseau, le frère de Frédéric et l'un des onze MOF (meilleur ouvrier de France) que revendique fièrement l'entreprise familiale. Formé à Cognac, Jean-Christophe est aujourd'hui directeur technique de l'entreprise et responsable de la production « grands contenants »



à Gevrey-Chambertin, à quelques kilomètres de Couchey. Les grands contenants ce sont les foudres, le métier d'origine de la tonnellerie Rousseau. Foudrier et tonnelier, les deux métiers sont rarement exercés ensemble. Les projets de foudres, c'est du long terme. Pour les fûts c'est en août, à la veille des vendanges, que l'activité est la plus forte. « *Nos clients doivent accueillir les raisins, d'abord les blancs, et un peu après les rouges, mais nous sommes tributaires du climat* », rappelle Frédéric Rousseau. Et sur ce point, les années se suivent mais ne se ressemblent pas. La pluie, le gel, la sécheresse voire les incendies font toujours la pluie et le beau temps des tonneliers.

Tonnellerie Rousseau

1954
Création de la foudrerie par Julien Rousseau

10 000
tonneaux produits par an

1985
Lancement de l'activité de Tonnellerie par la 2e génération : Jean-Marie, Nicole et Guy Rousseau

250 à 500
foudres produits par an

2001
Jean-Christophe Rousseau rejoint l'équipe

40
salariés

2004
Frédéric Rousseau rejoint l'équipe

65%
du chiffre d'affaires à l'export

11
MOF*, dont plusieurs dans la famille Rousseau, sur les 3 générations

* MOF : Meilleur Ouvrier de France



“
**Le bois
ne connaît pas
la fatigue,
nos avions
n'ont pas
de limite de vie.**

Casimir Pellissier

Président

Robin Aircraft

Darois (21)

Dans le bâtiment historique, des odeurs de colle et de bois. De ce long demi-cylindre de tôle ondulée posé là en 1957 et jouxtant l'aérodrome de Dijon-Darois, en Côte-d'Or, sont déjà sortis 3 000 appareils. Des DR-400, l'avion phare de Pierre Robin, depuis 1972, et désormais des DR-401, son petit frère encore plus polyvalent et plus performant, qui le remplace depuis 2014. Avec son saumon piqueur et son dièdre déporté, cet appareil tout en bois et 100% made in France pardonne beaucoup d'erreurs, d'où son omniprésence dans les aéroclubs hexagonaux. Rien de mieux pour apprendre à piloter. Sur un parc français de 1 600 appareils, 870 sont des Robin, estime la PME bourguignonne. Le DR-401 concentre tout le savoir-faire de Robin Aircraft que les 65 menuisiers ébénistes, peintres, métalliers, selliers et ingénieurs font perdurer en fabriquant ces engins volants entièrement à la main. Sous le long demi-cylindre naît aussi le CAP10-C, un appareil de voltige-école, un biplace côte-à-côte dont deux appareils commandés par la Marine nationale sont en train d'être assemblés, justement, en ce matin d'été. Dans le hangar d'assemblage, un autre avion vient d'être démonté pour être transporté puis remonté sur la pelouse de l'Élysée pour la grande exposition du Made in France. Une vitrine hors pair pour Casimir Pellissier, son président.

Fabriquer des avions, c'était un rêve d'enfant ?

Mon père, Guy Pellissier, était arrivé dans l'entreprise en 1988, moi en 2016. Je suis un fils à papa ! Il m'a fait venir par des moyens détournés. J'étais dans la finance à Paris, passé par une start-up du digital. J'avais mon brevet de pilote : on a la fibre aviation dans la famille, mon grand-père était pilote de bombardier pendant la seconde guerre mondiale. Je me suis pris au jeu, je voulais faire vivre l'héritage de cette histoire qui avait démarré en 1957. Enfant, je traînais dans les pattes de mon père au Bourget, je n'avais pas forcément la vocation mais, aujourd'hui, je suis l'un des patrons les plus heureux du monde. Il n'y a rien de plus extraordinaire que de participer à la fabrication d'un produit aussi mythique.

Quels sont les défis auxquels vous avez à faire face ?

Celui de la gestion humaine. Il nous faut trouver les profils dont nous avons besoin, avec des qualités et des compétences mais aussi un savoir-être. Le marché de l'emploi change et les salariés de la nouvelle génération exigent du sens. Le vrai sujet, c'est de savoir les retenir en créant une atmosphère, un suivi, du dialogue, en leur confiant des responsabilités. Pour recruter un bon salarié, il en faut trois. C'est pour cette raison que tous les avionneurs ont choisi de partir dans les matériaux métalliques ou composites. Alors que le bois fait les meilleurs avions. Mais il faut la main humaine. Faire du made in France, c'est ça le vrai défi.



Vous avez lancé un plan d'investissement de 5,5 millions d'euros sur six ans, quels sont vos objectifs ?

Nous voulons multiplier la production par deux d'ici six ans, passer de 55 à 100 salariés et poursuivre les innovations pour améliorer encore la gamme existante. Nos carnets de commandes sont pleins pour un an mais nous sommes limités par notre capacité à produire. Quand je suis arrivé nous faisons douze avions par an, aujourd'hui nous sommes à 22 et avec 100 personnes nous tablons sur 40 par an. Nous avons aussi un projet de pépinière d'entreprises, une sorte de cluster aéronautique autour des problématiques d'énergie et d'environnement, où il pourrait être question de chanvre, d'hydrogène. Le plan de relance, qui nous a accordé une subvention de 1,7 millions d'euros, nous a déjà permis de nous offrir une machine de découpe jet d'eau, et l'objectif à terme est de produire l'avion avec la plus faible empreinte carbone possible.

Alors comment faire un avion plus écologique ?

En R&D, nous travaillons déjà sur l'intégration d'un turbopropulseur multi carburant – qui permettra l'utilisation de carburants verts comme le bioéthanol – dont les coûts de maintenance seront moindres pour une motorisation plus silencieuse et une durée de vie plus longue. Le bois ne connaît pas la fatigue, nos avions n'ont pas de limite de vie. Sur ce point le marché de l'occasion est un bon baromètre : les avions en bois ne se déprécient pas, ou peu.

Robin Aircraft

1957
Création
par Pierre Robin

1972
Lancement du DR-400

1988
Reprise par Guy Pellissier

2014
Commercialisation
du DR-401

2016
Casimir Pellissier
reprend les rênes

Près de
70
salariés



“

Redonner de l'attractivité aux territoires.

David Gallezot

Président fondateur

Avions Mauboussin

Belfort (90)



Passionné et incollable sur l'aviation, David Gallezot se destinait naturellement à Supaéro. Mais avant de rejoindre l'école aéronautique de Toulouse, il a fait un petit détour par l'X, à Palaiseau. « *En classes préparatoires on m'a orienté vers Polytechnique et j'avais été reçu* », raconte comme pour s'excuser celui qui est évidemment pilote mais aussi mécanicien, historien et collectionneur d'aéronefs. « *J'ai fait ensuite mes deux ans d'école d'application à Toulouse.* » Diplômé, sa carrière l'a amené successivement à se pencher sur la conception d'avionique, la cartographie, la certification, la navigabilité, la sécurité ou encore les systèmes embarqués, chez Sky Aircraft et chez Thales, notamment. Mais c'est à Belfort que ce Franc-comtois a choisi de créer Avions Mauboussin, prometteuse jeune pousse cristallisant toutes les idées de cet aviateur-né en matière de transport aérien dans un contexte de transition écologique. Un concept global qui s'appuie sur un avion en bois et composite naturel, à motorisation hybride rechargeable et évolutive vers l'hydrogène, développé sous la marque Mauboussin. C'est l'esprit d'innovation de Pierre Mauboussin, constructeur aéronautique français de années 30, qui avait incité David Gallezot à reprendre le flambeau. La marque était disponible, alors en 2011, lorsqu'il a créé la société, il était allé voir le PDG de Mauboussin joaillerie, maison familiale que Pierre Mauboussin avait gérée un temps avant de se consacrer tout entier à l'aéro, et obtenu son feu vert. « *Ce qui m'intéressait c'était l'histoire de cet homme qui a fait des avions jusque dans les années 70.*



J'ai repris techniquement quelques éléments comme les ailes longues et fines. Et puis le biplace en tandem, c'est très Mauboussin années 30 », ajoute-t-il en souriant. « Il avait été pionnier de la propulsion à réaction alors si on remet une turbine, on marche dans ses pas. »

Le design, les choix technologiques et le mode de propulsion des avions Mauboussin version 21^e siècle ne seraient (presque) rien s'ils ne tendaient pas à servir le concept de ce nouveau pionnier de l'aviation civile : les deux prototypes développés à Belfort, le biplace Alérion M1h et l'Alcyon M3c, un six-places, pourraient permettre une mobilité interurbaine propre et responsable en s'appuyant sur le réseau des 600 aérodromes hexagonaux existants et sur les pistes privées, tout aussi nombreuses. *« 300 mètres de long sur 20 mètres de large, en herbe, ça suffit, et cela permettrait de redonner de l'attractivité à des territoires. »*

Toute l'innovation a été consacrée à ce concept : grâce à leur voilure à géométrie variable et à leur hypersustentation, les deux prototypes sont capables d'atteindre des vitesses de croisière appréciables – 250 km à l'heure pour le biplace, 370 pour le six places – tout en affichant des distances de décollage et d'atterrissage courtes, sur moins de 200 mètres, calquées sur les trajectoires d'hélicoptères.

À Belfort, dans les locaux de Techn'Hom, à proximité de la plateforme technologique hydrogène FC-Lab et de l'UTBM, l'équipe de quinze ingénieurs – tous pilotes ou presque – peaufine les prototypes et navigue entre le bureau d'études et l'atelier. Objectif à atteindre : dans un esprit d'éco-conception, un poids inférieur de 25% aux appareils de même taille pour compenser la propulsion plus lourde. Si tout va bien, le prototype du biplace volera en 2023.

Avions Mauboussin

2011

Création par David Gallezot

2020

Installation dans de nouveaux locaux, sur Techn'Hom (Belfort - 90)

2023

Premières commandes importantes





“
On sait documenter
des collections,
on va jusqu’à
l’organisation
d’expositions.”

Geoffroy Rigoulot

Directeur

Skinsoft

Besançon (25)

Skinsoft est un laboratoire de recherche informatique installé à Besançon depuis 10 ans, qui conçoit et développe des solutions full web de gestion et publication de collections patrimoniales. Musées, fondations, institutions, patrimoine d’entreprise, collections privées et acteurs de l’archéologie sont les utilisateurs privilégiés des logiciels évolutifs développés par des équipes jeunes et pluridisciplinaires.

« Skinsoft est née d’une forme de hasard, c’est une affaire de rencontres de compétences marketing et de savoir-faire techniques au moment où un nouveau marché s’ouvre. » Une envie d’innover qui se matérialise au fil des expérimentations et des coopérations pour donner vie à cette entreprise du digital.

Les premiers clients ont tout de suite été des musées d’envergure. C’est avec le musée Rodin que Skinsoft commence à asseoir sa réputation. Depuis, les fleurons du luxe français, directement ou via des fondations, utilisent les logiciels full web du laboratoire bisontin pour recenser, gérer l’ensemble de leur patrimoine, objets de collection mais également tout ce qui constitue une trace de l’histoire de ces marques et entreprises.

“
Skinsoft est une aventure humaine
qui cherche l’excellence
dans l’équilibre

« **Une vision nouvelle, un métier qui s’invente au quotidien.** » Ce qui fait la différence, c’est le côté pionnier. Skinsoft a initié l’utilisation des technologies full web pour concevoir un « produit avec une architecture technique contemporaine qui utilise les dernières technologies digitales pour des applications ultra fonctionnelles multilingues accessibles sur des tablettes, des portables aussi bien que sur un ordinateur. On sait documenter des collections, on va jusqu’à l’organisation d’une exposition et la gestion de prêts. Nous utilisons les technologies digitales pour notre développement international et nous travaillons sur la sécurité dans une acceptation globale. Nous allons passer du stade artisanal à celui de PME à croissance raisonnée centrée sur le monde de l’Art. »

Le marché est mondial, et Skinsoft a l’agilité d’une start-up. Après l’Espagne, une structure va être créée en Allemagne. Bien dans son époque, Skinsoft est installée en cœur de ville dans une ancienne fabrique de dragées réhabilitée. « Les salariés habitent en ville, se déplacent à pied ou en vélo. Une autre façon de s’inscrire dans son époque. »

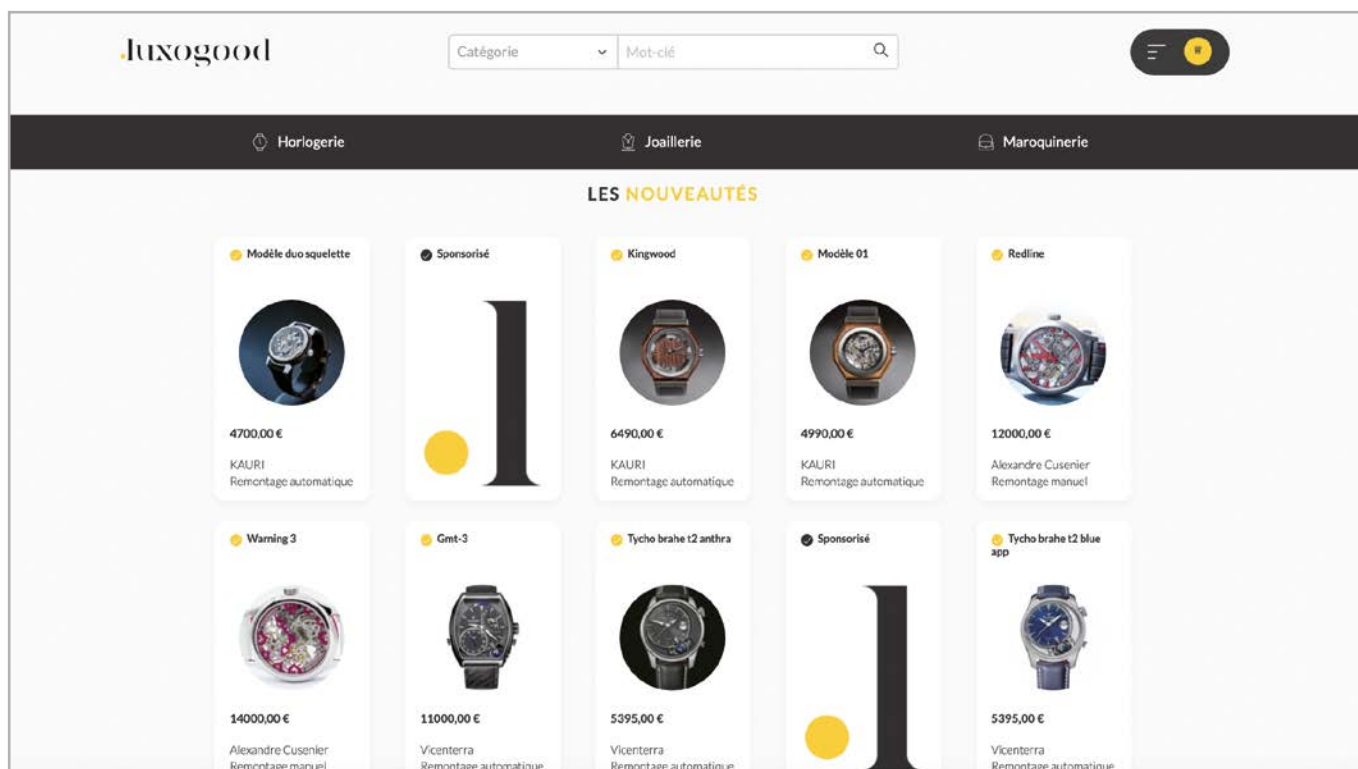
Skinsoft

2011
création

25
équivalents temps plein

300
musées équipés en France
et à travers le monde

28
ans de moyenne d’âge



Luxogood, une start-up en Pays Horloger

« Luxogood aspire à réunir les passionnés, les collectionneurs, les artisans et les maisons de luxe au sein d'un même club » peut-on lire sur la page le Club du site internet créé il y a un an et demi par Maximilien Roussel-Galle. Lancée juste avant le confinement de mars 2020, la plateforme assure authenticité et discrétion. Des valeurs du luxe cultivées de longue date dans le Pays horloger qui l'a vu naître.



Neuf et seconde main

« L'idée est de pouvoir vendre et acheter des produits en valorisant leur histoire, les savoir-faire qui sont à l'origine de leur création », explique Maximilien Roussel-Galle. Luxogood n'est pas un site de e-commerce traditionnel, mais promet bien davantage que simplement échanger des produits de luxe. C'est un club, dans lequel on entre grâce à un code parrainage, qui propose une « expérience exceptionnelle et unique » en travaillant l'univers des produits qui y sont proposés. Savoir-faire, histoire d'hommes et de femmes qui façonnent, donnent corps aux objets sont mis en lumière au travers d'articles proposés dans « le Carnet ». Le carnet dont le nom n'est pas traduit dans la version anglaise du site, pour en accentuer la « french touch », valorise l'art de la main et diffuse également de nombreux conseils.

« Montres, sacs ou bijoux, Luxogood accueillera bientôt des objets et meubles design et pourquoi pas des œuvres d'art. » La plateforme pense à tout : contrôle pour éviter les produits contrefaits, sécurisation des données et anonymisation des échanges.

Maximilien Roussel-Galle

Fondateur

Luxogood

Morteau (25)



“ Il n’y a pas de limites dans le métal. ”

Raphaël Silvant

Président

SILVANT

Damprichard (25)

le bureau des méthodes travaille sur l'industrialisation et développe aussi nos machines. C'est peut-être moins glamour que la finition ou la décoration, mais aujourd'hui il nous est indispensable de fabriquer nos machines pour accompagner la croissance de nos clients !

Au cœur du Pays Horloger, sur le bassin versant du Dessoubre, presque au milieu des champs, les établissements Silvant sont devenus en quelques décennies l'un des acteurs européens majeurs de la réalisation de pièces métalliques pour les plus grandes maisons de luxe françaises et européennes de maroquinerie et de bijouterie. La culture des métiers, la passion de la technique et la discrétion sont les fondements du groupe.

Vous suivez à la lettre les évolutions de vos clients, quelles sont-elles ?

Aux prémices de nos collaborations avec ces maisons, une campagne de discrétion a été menée suivie d'une période de vérification de la robustesse des processus de développement. Aujourd'hui, leurs demandes sont axées sur la RSE, l'éthique. Tout cela nous fait progresser. Au fil des demandes, nous nous apercevons souvent que nous faisons plutôt bien les choses mais que notre communication faisait défaut. En matière d'environnement par exemple, nous avons adopté des pratiques qui nous permettent d'utiliser moins d'eau, moins d'énergie, nous achetons des conditionnements de production lavables, nous recyclons... Nous avons la chance de vivre et travailler dans un univers verdoyant, c'est naturel pour nous de le protéger.

À l'heure de l'industrie 4.0, qu'est-ce qui a changé depuis 10 ans chez Silvant ?

Les plus gros changements ont eu lieu dans la robustesse du procédé. Nous développons beaucoup la robotisation, non pas pour remplacer l'homme, mais pour améliorer agilité et répétabilité. Nos métiers sont majoritairement issus de l'artisanat, c'est une valeur qui nous est chère. L'humain gardera donc toujours une place essentielle dans notre organisation. D'ailleurs, notre effectif est passé de 140 à 250 personnes. La magie opère quand, à côté du plateau de développement où les chefs de projets conçoivent le produit, sa gamme de fabrication et déterminent le process,

Côté glamour, que vient-on chercher chez Silvant ?

Nos clients viennent chez nous avant tout pour la confiance en nos process : usinage, soudage, polissage, la laque et la galva... ils jouent avec nos savoir-faire, ils les combinent. Nous essayons aussi de leur amener des idées de design, de travailler avec des matières synthétiques, végétales dans le but d'apporter plus de diversité et de répondre aux questions écologiques et environnementales : nous travaillons sur la mise en forme de matières premières recyclées de bois, de cuir. Nous aimons recevoir nos clients dans le show-room pour jouer au jeu des tiroirs. Ils les ouvrent, découvrent des casiers dans lesquels nous avons disposé un savant mélange de pièces qui existent et de prototypes que nous n'avons encore jamais industrialisés. Ils ont là, rassemblées, toutes les possibilités que leur offrent nos savoir-faire. Il n'y a pas de limites dans le métal.

Côté main d'œuvre, comment gérez-vous la proximité avec la Suisse ?

Nous nous sommes penchés sur la fidélisation de nos salariés. Nous avons bien sûr travaillé sur les conditions de travail, mais l'essentiel étant de conserver l'esprit familial qui nous anime depuis toujours. Nous collaborons avec chaque salarié dans son individualité. Chaque fonction, chaque personne a son importance dans notre rouage. Notre proximité, c'est notre force à mon sens. Nous gardons toujours à l'esprit que chaque individu est la partie d'un tout. Le groupe offre également des possibilités de progression, de promotion, voire de changement de métier. Nous avons aussi investi dans le bâtiment dédié à la production, peut-être plus que si nous en avions fait construire un neuf. Les ateliers ressemblent à des laboratoires. Il faut aussi savoir fédérer avec le « See now, Buy now » de nos clients, tout doit aller vite. Nous avons tissé une entente avec eux pour faire participer nos salariés à toutes les étapes du développement. Ainsi, ils sont au cœur de la naissance de l'objet. Cela les passionne et la passion est essentielle pour rester. Tout cela crée du sens.

“ Elle rassemble tous nos savoir-faire : usinage, soudage, gravure, laquage...”



L'ingénieuse petite façade d'un flacon de parfum

Nous avons eu la chance d'être associés à la création d'un objet fabuleux et novateur. Il s'agit d'une petite façade qui doit recouvrir et animer des flacons de parfum au gré des collections. Alors nous avons mis en place un système de façades amovibles que l'on peut décorer à l'envi. Le coffret est magnétique aimanté avec des technologies un peu modernes.

Cette façade rassemble tous nos savoir-faire : la découpe, l'usinage, la gravure, le soudage et le laquage. L'un des modèles, doté d'un motif de type « moucharabieh », a permis de mettre en avant notre maîtrise de l'usinage par la création de 230 cavités minuscules, obtenues à l'aide de fraises microscopiques. Imaginez qu'il ne faut pas moins d'1h30 pour usiner l'une de ces pièces...

Encore une fois, notre atout c'est d'allier la technologie avec l'artisanat. Car cette prouesse technique ne peut être dissociée de l'agilité formidable de nos laqueuses qui sont mises à contribution par le dépôt dans ces cavités, d'une farandole de laques assemblées dans un schéma de couleur immuable.

D'ailleurs, l'application de cette myriade de teintes a nécessité la mise en place de stratégies pour reposer les yeux afin d'éradiquer l'effet hypnotique de ces associations multicolores. Ce produit a eu un tel engouement que les premières commercialisations ont laissé entrevoir un très beau succès pour la marque, et nous en sommes ravis.



Magali Maliverno, directrice exécutive groupe, en réunion avec Raphaël Silvant





Silvant lance son école de polissage

À Luxeuil-les-Bains, en Haute-Saône, l'entreprise de Damprichard vient de transformer un ancien lycée technique en un site de formation et de production spécialisé dans le polissage.

Nous avons investi dans des machines numériques suisses et bisontines performantes, des tours à polir avec aspiration autonome et écrans tactiles... un équipement dernier cri ! C'est clair, c'est lumineux, explique Raphaël Silvant, à Damprichard. On a l'impression d'être dans un laboratoire pour réaliser un travail de technicien du polissage. Fini le polisseur qui termine son travail tous les soirs comme un mineur. D'ailleurs, ce sont majoritairement des femmes qui vont exercer ici à partir de septembre.

Je veux réussir à redonner de l'attrait au travail du polissage car si nous n'y parvenons pas, il n'y aura décidément plus de polisseurs en France.

Pour la formation, nous avons fait confiance à différents organismes qui disposent de formateurs pour l'apprentissage des techniques de base. Ensuite, nous avons fait le choix délibéré de l'autoformation. Des personnels expérimentés de Damprichard viendront les aider pour valider ce qui aura été mis en place à Luxeuil. Nous voulons qu'ils soient indépendants. Chaque polisseur possède sa propre technique, ils adopteront donc leurs propres

méthodes, ils se mesureront entre eux : comment fait-on, avec une équipe de 20 personnes dans une entreprise de polissage et des produits devant soi, pour mettre au point une technique, un process qui fasse sens à tout le monde, qui ne soit pas pénible et qui rentre dans le coût ?

Entre le moment où j'ai dit « j'aimerais faire » et le moment où j'avais tout pour faire, quelques mois seulement se sont écoulés. J'ai trouvé cette synergie magique. Tout a été facilité. J'ai travaillé avec Anne Falga, de l'Agence économique régionale, avec le maire de Luxeuil-les-Bains, les équipes de la ville et la communauté de communes du Pays de Luxeuil dans son ensemble. Puis assez rapidement avec le département et la région.

Pourquoi Luxeuil-les-Bains ? *Nous souhaitons un site à 1h30 maximum de Damprichard. Dans ce bassin qui venait de perdre 800 emplois liés à la base aérienne, il y avait donc une main d'œuvre disponible. Et puis Luxeuil-les-Bains est une ville thermale avec de quoi accueillir nos clients, nos partenaires. Il y a ici une culture du travail de la dentelle, du bois et du métal, un amour du travail bien fait, un attachement à l'entreprise.*

Nous avons travaillé avec Pôle Emploi pour faire venir les demandeurs d'emploi à une journée d'information collective et sommes intervenus devant 200 personnes. L'appel à candidature s'est fait par voie de presse et via les réseaux sociaux. Tout a été d'une efficacité remarquable ! Nous avons recruté par méthode de simulation et le Greta a formé la première promotion entre deux confinements. Nous avons un outil de travail mais des salariés qui ne pouvaient pas travailler. Ils intégreront leurs nouveaux locaux en septembre. Ensuite, nous allons monter crescendo pour atteindre un effectif de 50 personnes.

“

Si on ne redonne pas de l'attrait au métier, il n'y aura plus de polisseurs en France.

“

Il y a ici une culture du travail de la dentelle, du bois et du métal, un amour du travail bien fait, un attachement à l'entreprise.



“Bon ne suffit pas.”

Dimitri Fournier

Président

STSI

Dannemarie-sur-Crête (25)

STSI soufflera ses 25 bougies en octobre 2021. C'est un positionnement original imaginé par Michel Fournier et développé par son fils Dimitri qui a conduit la PME sous-traitante à se faire une place sur des marchés exigeants. Chez STSI on transforme une idée en produit industrialisable, du dessin à l'assemblage jusqu'au conditionnement. Un maillon essentiel.

Un quart de siècle et la période Covid aidant, Dimitri Fournier prépare son prochain business plan. Ces dernières années, il a réalisé deux opérations de croissance externe, l'une pour acquérir un nouveau savoir-faire, le décolletage, l'autre pour augmenter ses capacités. « Avec Gillet décolletage, nous avons des marchés historiques en maroquinerie et en bijouterie, principalement via des entreprises qui nous confient des produits pour lesquels nous avons des savoir-faire précis. » STSI a aussi toujours répondu à des demandes de « moutons à cinq pattes », notamment en PLV et en agencement. Et en quelques années, la part d'activité pour les clients du secteur du luxe est passée de 4 à 12%. « Il y a plein de choses très intéressantes à réaliser », estime le président de l'entreprise. Le luxe sera donc l'un des deux marchés qui bénéficieront d'une attention toute particulière.

Accompagner les agences, les décorateurs

STSI orchestre un projet complet. Le bureau d'études est une véritable force de propositions qui s'appuie sur des savoir-faire tels que le fraisage, l'usinage, le décolletage, la métrologie, et écrit les gammes pour une industrialisation

clé-en-main. Et pour que la partition soit complète, il puise l'inspiration dans son réseau de partenaires qui apportent les compétences complémentaires nécessaires au projet.

« Bon ne suffit pas. Une pièce doit être précise et belle. Nous devons apporter quelque chose de différent. »

Alors, crise ou pas crise, le dirigeant investit : un nouveau bâtiment pour offrir de nouvelles conditions de travail aux salariés, une machine d'usinage et de contrôle.

« Nous avons réalisé des pièces pour les vestiaires de restaurants étoilés, des objets pour les arts de la table ou la décoration, des présentoirs pour la haute horlogerie suisse. Nous partons de pas grand-chose. Une volonté, un désir de réaliser de beaux projets mais quand on y réfléchit, ce sont les rencontres humaines qui font la différence. Et lorsque je me promène sur les Champs-Élysées et que je vois mes produits dans les vitrines, je suis fier de mes équipes. »

Une place pour les jeunes

« Je me bats depuis très longtemps pour les jeunes. À notre niveau, nous avons toujours eu beaucoup de stagiaires et d'apprentis. Post Covid nous sommes montés à six stagiaires. Des stages de deux à trois semaines, des deux mois, des six mois, des Bac pro, Bac+2, Ingénieur des écoles de commerce ou d'ingénieurs... un peu de tout et dans tous les services. Je n'ai pris que des jeunes qui avaient le sourire et la pêche. Après le premier confinement, ils ne trouvaient pas de stages et nous, nous avions le moral un peu en berne. Ils nous ont apporté leur fraîcheur et un bel élan, ça a été une expérience super enrichissante pour nous tous. C'est aussi cela le rôle sociétal d'une entreprise. »

Dimitri Fournier est un membre actif du CJD depuis plus de quinze ans. Depuis quelques années, il s'investit également au sein du réseau Entreprendre. « En tant que chef d'entreprise c'est intéressant et important d'aider ceux qui ont des idées de reprise ou de création. C'est notre rôle. »

STSI

1996

Création de STSI

33 personnes

moyenne d'âge

34 ans

2000

Arrivée de Dimitri Fournier

Objectif : **20%**

d'activité avec le marché du luxe



Postérité

Nom féminin
Suite des générations futures.
Ensemble des héritiers d’une même tradition
spirituelle, artistique, littéraire.

En Bourgogne-Franche-Comté
Où l’on s’inscrit durablement dès aujourd’hui
dans le futur.

Les savoir-faire horlogers — 72

L’horlogerie française en mouvement 73
Ils écrivent l’histoire de l’horlogerie française 74

Bourgogne-Franche-Comté, terre de réussite — 76

Accompagner les vocations, former les
futurs talents 77
Plan de relance 78

Bourgogne-Franche-Comté, des projets dans les territoires — 79



Le savoir-faire horloger franco-suisse reconnu par l'Unesco

La Franche-Comté et la Suisse sont unies depuis plus de deux siècles par le développement de l'horlogerie. Une histoire qui s'écrit au passé, au présent et au futur retraçant une tradition des métiers aux savoir-faire complexes et minutieux mais jalonnée d'innovations. Ces savoir-faire en mécanique horlogère et mécanique d'art de l'Arc jurassien ont été inscrits le 16 décembre 2020 sur la liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité.

Ils s'expriment dans une réalité toujours très concrète en Franche-Comté.

Au passé, quatre musées sont des passages incontournables pour comprendre l'histoire qui lie la mesure du temps aux savoir-faire régionaux. Cet apprentissage ne saurait être complet sans une visite à l'observatoire de Besançon, en suivant un itinéraire de l'architecture horlogère reconnaissable dans la ville.

Au présent, 363 établissements emploient plus de 3 700 salariés de Besançon à la frontière suisse. Mais Francéclat, le comité professionnel de développement économique des secteurs de l'horlogerie, de la bijouterie, de la joaillerie, de l'orfèvrerie et des arts de la table, dénombrait plus de 15 000 actifs horlogers en Bourgogne-Franche-Comté en 2018. Parmi eux plus de 11 700 des quelque 30 000 frontaliers travaillent dans l'horlogerie suisse.

Au futur, près d'une dizaine d'établissements forment les futurs talents dans les spécialités de l'horlogerie et des microtechniques, dont le lycée Edgar Faure de Morteau et l'ENSMM de Besançon parmi les plus connus. Et la mesure du temps est toujours un champ de recherche qui passionne les équipes de recherche de l'institut Femto-ST, héritier de la tradition horlogère et métrologie comtoise résolument tourné vers le futur.

Ce label met en lumière le lien qui unit acteurs et territoires de part et d'autre de la frontière : de Besançon au Pays Horloger, en France, du Locle à Genève, puis de Schaffhouse à Bienne et Sainte-Croix, en Suisse. Il recouvre les savoir-faire en mécanique horlogère et mécanique d'art dont l'artisanat horloger et la fabrication d'automates et de boîtes à musique.





“
**Par amour
de la
marque.**

Dani Royer

Président

**Manufacture
Péquignet**

Morteau (25)

Ce n'était pas gagné au départ. L'équipe dirigeante reste humble et prudente. Cela fera cinq ans à l'automne que l'entreprise horlogère Péquignet a été reprise par quatre de ses cadres qui ont entraîné près de 20 personnes dans cette nouvelle aventure. « Nous avons repris par amour de la marque et pour perpétuer l'histoire de Péquignet. Nous avons envie de montrer que l'on peut faire de belles choses en France. » Ce début des années 2020 semble leur donner raison.

Fort de son mouvement maison, le Calibre Royal, révélé en 2011, la nouvelle équipe Péquignet avait lancé en 2017 le Royal manuel, un mouvement automatique de haute horlogerie qui équipe ses nouveaux modèles.

« Nous avons plutôt le sentiment d'une dynamique positive. La période Covid est un peu spéciale mais elle a remis plus intensément au goût des consommateurs des valeurs que nous cherchons à transmettre. »

En 2021, la manufacture lance un troisième mouvement maison : un nouveau calibre baptisé Initial qui affiche 80 % de composants français - certains savoir-faire ayant disparu, les 20 % restants viennent de Suisse. Les cent premiers mouvements seront le cœur battant de la ligne Attitude dont les cent premiers modèles dotés d'un boîtier or sont vendus sur réservation. Ce calibre, « nous le proposerons à d'autres marques en 2022. Ainsi, nous voulons contribuer à dynamiser une véritable horlogerie française, en apportant une réponse aux attentes des consommateurs qui interrogent de plus en plus sur la provenance des composants. »

L'inscription des savoir-faire en mécanique horlogère et mécanique d'art de l'Arc jurassien ne change rien à la trajectoire de l'entreprise qui suit sa course avec son temps. « Cela change quelque chose pour le bassin », constate Dani Royer. Et par ricochet, le label peut apporter plus de visibilité à la marque.

Quelques chiffres

1973

Création
par Émile Péquignet

1978

Construction de l'usine
à Morteau dans le Doubs

2011

Calibre Royal, une prouesse
technologique (8 brevets)

2017

Calibre Royal manuel

2021

Calibre Initial



Ils écrivent l'histoire de l'horlogerie française

*L'horlogerie est un monde passionnant qui connaît des heures glorieuses, des crises...
Un mouvement perpétuel et d'éternels recommencements. En Bourgogne-Franche-Comté,
le temps ne s'arrête jamais. Expérimentations, nouvelles marques, collaborations... quelques exemples.*



Pinet-Montrivel - Maiche

Marc Gauthier, formé au lycée horloger Edgar-Faure de Morteau et passé par Tag Heuer, a fait appel à l'Atelier Michel Epenoy installé à Morteau pour l'assemblage de sa première collection de montres déconnectées, ou plutôt connectées à des valeurs d'authenticité, de nature, de légèreté et de modernité. Le lancement avait eu lieu en juin 2020 à travers un financement participatif. Les 200 premières Levanto avaient été livrées en décembre.



Humbert-Droz - Besançon

Tendance vintage pour la marque lancée en 2016 par l'atelier de SAV Réparalux, qui pioche dans ses stocks pour créer des montres très attendues des connaisseurs. Julien Humbert-Droz a eu l'idée de créer des modèles pour le corps médical : le HD Réa Chrono, en mai 2020 puis le HD Cœur Ouvert en novembre, qui dévoile le balancier.



UTINAM Lebru x Silberstein - Besançon

Une collaboration horlogère qui réunit Philippe Lebru, fondateur de la marque d'horloges contemporaines UTINAM et l'autre horloger bisontin décalé Alain Silberstein, a donné naissance à l'horloge KB2 (pour Kontwaz Bauhaus 2) inspirée du modèle original PopUp dessiné par Lebru et transformé par Silberstein et son univers fantasque tricolore. Petite seconde, sur pied ou murale, série limitée éditée à 88 exemplaires. La KB2 concourt au GPHG (Grand Prix d'Horlogerie de Genève) en 2021.



Phenomen - Besançon*

La petite marque de haute horlogerie fondée en 2018 par Alexandre Meyer (Influences n°3) porte haut les valeurs de « l'audace et du luxe à la Française » s'est associée au basketteur Rudy Gobert. Dans cette nouvelle version RG27 (pour les initiales du sportif et son numéro fétiche en NBA), l'Axiom bénéficie d'un design spécifique et ne marque pas la demi-heure mais la 27^e minute sur son cadran inférieur. Une montre éditée en 27 exemplaires.



Lip x Semper & Adhuc – Besançon

Une collaboration comme un « pont entre hier et aujourd'hui ». L'Instantanée, c'est le nom d'un modèle de la jeune marque horlogère française Semper & Adhuc qui intègre un mouvement à remontage manuel français de marque Lip et vieux de 50 ans. Un calibre LIPR100 datant de l'âge d'or de l'horloger bisontin et restauré par Colin de Tonnac, le créateur de la marque. La montre a été éditée en 20 exemplaires. La marque Lip, elle, est de nouveau fabriquée à Besançon depuis 2015 par SMB qui l'a remise au goût du jour avec brio.



Timach - Besançon*

La société commune avec le groupe Timex à été créée en 2018 pour commercialiser le micromoteur horloger de technologie Mems**, fruit de longues recherches, développé par Silmach. Il pourrait remplacer la technologie Lavet, celle des mouvements à quartz née en 1936, et équiper les montres hybrides connectées.
« Des kits d'évaluation ont été distribués et l'intégration chez les clients pourrait avoir lieu en 2022 », indique Pierre-François Louvigné, directeur des ventes et du développement chez Silmach.



XRby - Besançon

La nouvelle marque horlogère porte les initiales de son fondateur : Xavier Rousset.
Cet ingénieur en mécanique, passé par les grandes maisons horlogères suisse a décidé de maîtriser son temps.
Il utilise les technologies du 21^e siècle, logiciels de simulation optique, et collabore avec des artistes des métiers d'art pour chaque collection réalisée. La première montre réalisée utilise le quetzal, l'oiseau sacré des Mayas, symbole de liberté, en réponse à la tendance « green ». Il est créé et réalisé par la marqueteuse Rose Saneuil, selon sa propre technique de marqueterie multi-matières.
L'horloger propose un concept « aller jusqu'au bout du détail »
Le concept « aller jusqu'au bout du détail » : l'ensemble des composants provient de l'Arc Jurassien de Genève à Schaffhouse, de Bienne à Besançon, des cadrans composés de 214 pièces de puzzle en 16 matières différentes de six dixièmes d'épaisseur jusqu'aux vis en or !
Le New York Times et le journal suisse Bilan s'en sont fait l'écho en 2020.

Observatoire de Besançon

L'horlogerie en Bourgogne Franche-Comté*

Plus de
360
établissements

3 720
salariés

63% des effectifs
et **41%** des établissements
de la fabrication horlogère

Cœur de filière
1 170 emplois
et **38** établissements

Sous traitance
2 050 emplois
et **106** établissements

Activités de services
650 emplois
et **219** établissements

Source : France Éclat.



Pendant ce temps, à Besançon, se préparent de petites révolutions horlogères

L'institut de recherche Femto-ST planche sur une minipile à hydrogène qui pourrait entrer dans la montre...

*À retrouver dans Influences n°3 et n°4

**Mems : micro electro mechanical systems



La Région est pleinement à vos côtés pour créer les conditions de votre développement et de votre réussite.

Préservation de l'environnement, anticipation des mutations sociales et technologiques, développement d'un nouveau modèle sociétal autour d'une économie toujours plus responsable et plus durable voilà autant d'enjeux auxquels nous devons collectivement faire face.

Accompagner la reprise

Après la crise sanitaire qui a profondément affecté le fonctionnement des entreprises, et qui a parfois remis en cause certains modèles, après une mobilisation massive

de la Région grâce à des mesures d'urgences pour accompagner des pans entiers de l'économie, l'heure est aujourd'hui à la reprise. Le plan de relance régional d'un demi-milliard d'euros permet de soutenir de nombreux investissements industriels, de moderniser l'outil productif et de financer la R&D.

Maintenir le cap pour répondre à l'urgence climatique.

Une fois encore, le Conseil régional de Bourgogne-Franche-Comté compte bien être au rendez-vous. L'objectif est clair : accompagner la décarbonation de l'économie et soutenir l'entrepreneuriat sous toutes ses formes grâce à des dispositifs pertinents et simples. Les entreprises de nos territoires doivent avec les capacités d'innover, de gagner en compétitivité, d'investir dans de nouvelles technologies, de former aux métiers de demain mais aussi de transmettre leurs savoir-faire d'exception.

Ainsi, c'est l'ensemble des acteurs de l'écosystème « Luxe et savoir-faire d'exception » régional qui se verra conforté et renforcé pour participer à la reconquête industrielle et économique de notre région riche de nombreux atouts pour se positionner au premier plan pour l'accueil des projets au sein des secteurs d'excellence porteurs d'avenir.

C'est parce que nous disposons de capacités d'innovation reconnues internationalement et d'un bassin d'emploi dont la qualité fait l'unanimité que nous continuons à attirer de nouveaux investisseurs.

Marie-Guite Dufay,

Présidente de la Région Bourgogne-Franche-Comté





Métiers du cuir et de la mode : une nouvelle licence pro

Face à la forte progression des activités de production et des besoins d'encadrement dans les métiers du cuir et de la mode, les acteurs économiques, le lycée professionnel Les Huisselets, le GRETA Haute-Saône Nord Franche-Comté et le Conservatoire National des Arts et Métiers (CNAM) Bourgogne-Franche-Comté ont élaboré la nouvelle licence pro intitulée « Industries du Cuir et de la Mode » verra le jour dès la rentrée scolaire 2021/2022 permettant ainsi à de jeunes talents une poursuite d'étude à l'issue des BTS Métiers de la Mode - Vêtement (MMV) et Métiers de la Mode - Chaussure & maroquinerie (MMC).

La plateforme technologique « Académie du cuir » est régulièrement sollicitée par des entreprises et des porteurs de projets pour un accompagnement sur des projets de prototypage. Pour faire face à une demande croissante orientée vers la production de petites et moyennes séries, le lycée professionnel Les Huisselets et le CMQ MMA ont décidé de travailler ensemble sur un projet de création d'une coopérative étudiante avec un objectif double : apprendre et entreprendre.

La maroquinerie en Bourgogne- Franche-Comté

Articles de voyage, maroquinerie et sellerie

25
établissements

2 844
salariés

Près de
10%
des effectifs français

Source : ACOSS 2020 – NAF 1512Z.

CMQ Maroquinerie et Métiers d'Art (MMA)

Le CMQ MMA a mis en place une cordée de la réussite, - Histoire de métiers, histoire d'art -, en s'appuyant sur le DNMADe* de lycée Duhamel de Dole, et a permis le lancement d'une Licence Professionnelle « Industrie du Cuir et de la Mode ». L'originalité de cette proposition réside dans un maillage territorial riche qui a pour but de favoriser les interactions entre les établissements partenaires, et permettra aux élèves de découvrir un large panel des formations métiers d'art allant du CAP et Bac+3.



L'animation du label Excellence Métiers d'Art.

Avec ce label Excellence Métiers d'Art, les académies de Besançon et de Dijon, la DRAC Bourgogne-Franche-Comté, la Région et l'INMA veulent rendre hommage aux lycées dont l'offre de formation originale dans le domaine des métiers d'art est de qualité exceptionnelle.



Accompagner les développements

Projets retenus pour le fonds d'accélération
de l'investissement industriel



Dalloz frères - Septmoncel-les-Molunes - Jura

Diversifiée dans la bijouterie et la joaillerie, Dalloz frères veut créer un nouveau site de production.

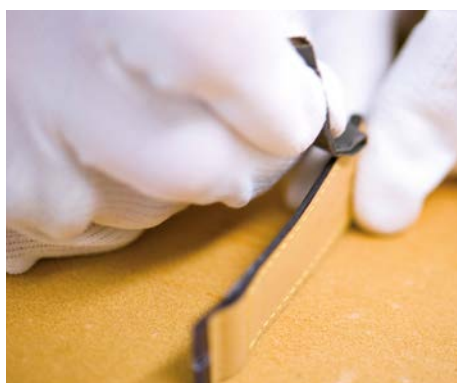
Cheval frères – Besançon – Doubs*

L'entreprise entend monter en puissance sur l'industrie 4.0 en modernisant son outil de production dans la gravure fine de petites pièces.



SIS – Avoudrey - Doubs*

Spécialisé dans la maroquinerie, SIS veut relocaliser une partie de la production de composants ou d'accessoires nécessaires à la fabrication de sacs ou articles de maroquinerie actuellement fabriqués en Asie.



Jean-Louis Burdet - Damprichard - Doubs

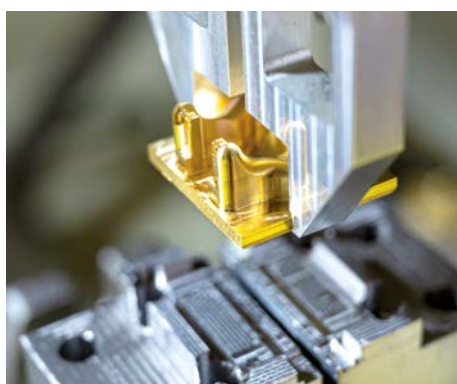
Afin de gagner de nouveaux marchés dans l'horlogerie de luxe, l'entreprise envisage l'achat de nouvelles machines de transfert d'usinage de maillons de bracelets métalliques.



Silvant - Damprichard – Doubs

Spécialisé dans la fabrication d'articles métalliques pour le luxe, Silvant souhaite conquérir de nouveaux marchés en s'engageant dans un programme de robotisation et de modernisation.

Lire page 66



Pequignet – Morteau – Doubs

Le nouveau calibre Initial de la manufacture horlogère de Morteau sera proposé en 2022 aux entreprises horlogères françaises notamment. Cette industrialisation nécessite des investissements productifs importants.

Lire page 73



*À retrouver dans InfluenceS n°3 et n°4

Accompagner les territoires

Projets de territoire confirmés,
avancés ou en cours de définition, quelques exemples



PNR Haut-Doubs Horloger

100 000 hectares entre la Franche-Comté et la Suisse, qui englobent la haute-vallée du Doubs, la vallée du Dessoubre, le val de Morteau et les plateaux de Maîche, Le Russey et Belleherbe. Des terres d'horlogerie, mais aussi de patrimoine culinaire, la création du Parc Naturel Régional a été confirmée en février 2020.

La Saline Royale d'Arc et Senans

La Saline Royale d'Arc-et-Senans est l'un des rares établissements publics culturels à bénéficier d'un soutien de 2,5 millions d'euros pour créer :
un centre de formation d'excellence pour les musiciens du monde entier via une plateforme de e-learning,
La Saline royale Academy ;
une salle de spectacle multimodale et un studio d'enregistrement.



Une MaNa en Puisaye

En proximité immédiate de Paris, la Puisaye est par tradition une terre d'excellence pour les métiers d'art. Une tradition qui se perpétue et pourrait se développer avec la volonté de l'intercommunalité de créer une filière d'excellence des métiers d'art, avec l'EMA-CNIFOP de Saint-Amand-en-Puisaye et le projet de Manufacture Nationale (MaNa).

**Candidature UNESCO
pour le Pays Charolais Brionnais**

Le périmètre du « Bien »,
objet de la candidature à l'Unesco
des bocages du Charolais
berceau de la race charolaise,
a été validé fin 2020.
La candidature du Charolais Brionnais
est celle d'un paysage culturel vivant
devrait se transformer en inscription
au patrimoine mondial de l'humanité
en 2022 ou 2023.



Un PNR en Bresse Louhannaise

Une idée lancée en septembre 2019.
L'étude pour la faisabilité d'un Parc Naturel
Régional de la Bresse a été déposé
en février 2020.
Un long chemin de réflexion commence.



**Un PNR pour le Plateau
des Mille Étangs**

Une mission scientifique visant
à une démarche de labellisation
grand site national avant une inscription
au patrimoine mondial de l'Unesco
a été lancée en 2014 avec une ambition
collective forte de protéger, dynamiser
et structurer des paysages uniques,
époustouffants et pourtant anonymes.

Les créateurs et managers des grandes maisons du luxe à l'honneur !

En mars 2022, c'est la Bourgogne-Franche-Comté, berceau de nombreux savoir-faire reconnus par l'industrie du luxe, qui accueillera la cérémonie de remise des Talents du luxe et de la création.

La Région, qui sera également membre du Jury des Talents 2022, s'impliquera pleinement pour valoriser la diversité des métiers qui fabriquent dans la plus grande discrétion des composants ou des produits pour les plus grandes marques françaises et internationales.

Les Talents du luxe

Les Talents du Luxe sont des récompenses prestigieuses qui sont attribuées aux créateurs et managers des métiers du luxe qui se distinguent par l'excellence de leur savoir-faire et le caractère remarquable de leur démarche. Créés en 2002 par le Centre du luxe et de la création (www.centreduluxe.com), ils comptent aujourd'hui plus de deux cents Lauréats.

Neuf Talents incarnent les valeurs éternelles du Luxe : l'Audace, le Bien-Être, l'Élégance, l'Harmonie, l'Innovation, l'Invention, l'Originalité, la Rareté et la Séduction. À ces valeurs s'ajoutent le Talent du Management, l'Empreinte de l'année et le Talent d'Or. Un prix spécial du Jury distingue, selon les années, l'ensemble d'une œuvre. Les Talents s'adressent à l'ensemble des métiers du Luxe : l'Horlogerie, la Maroquinerie, la Mode et les Accessoires, la Joaillerie, le Design, la Parfumerie, la Gastronomie, l'Hôtellerie, l'Art des jardins, les Cosmétiques, les Arts de Vivre, la Production Viti-Vinicole...



Si les Talents du luxe ont récompensé de nombreux créateurs français, tels que Paul et Bernadette Dodane, au titre du Talent du Management en 2007 pour avoir sauvé l'entreprise Cristel, un patrimoine industriel régional et créé une nouvelle gamme d'articles culinaires haut de gamme, ils ont également été décernés à des créateurs du monde entier (Suisse, Italie, Grande-Bretagne, Autriche, Pays-Bas, Serbie, États-Unis, Russie, Iran, Inde, Chine).

La mise à l'honneur des créateurs et managers de l'industrie du luxe sera également une opportunité pour leur donner la parole. Leurs regards sur la création, les innovations technologiques et les attentes des consommateurs donneront, à n'en pas douter, des clefs utiles pour comprendre ce que seront les métiers du luxe de demain, le potentiel de cette industrie dans nos sociétés, mais aussi le rôle de nos territoires pour contribuer à faire rayonner la France dans cette économie en évolution constante.



Paul et Bernadette Dodane, lauréats du Talent du Management en 2007



Sommet du Luxe 2020



Bernadette Dodane : Cristel en livre

Ce livre est une biographie. Écrit par Bernadette Dodane, co-présidente de Cristel, *La Force d'y croire* retrace l'histoire du long chemin parcouru par l'auteure et son mari Paul Dodane pour redonner de l'élan à la Scop alors en péril. Biographie d'une entreprise, il est écrit avec cœur. Il pourrait aussi être inscrit en cas d'école au programme des écoles de commerce tant ce redressement et la stratégie mise en place défient souvent les enseignements dispensés. *La Force d'y croire* se lit comme un roman duquel il est impossible de se détacher tant que l'on ne connaît pas le dénouement. Un dénouement qui s'écrit au futur. Cristel est plus que jamais parfaitement adaptée aux enjeux du 21^e siècle.

Sortie le 09 septembre 2021.



Emmanuel Robert-Espalieu : un roman historique

Auteur de théâtre, Emmanuel Robert-Espalieu est joué à Paris, au festival d'Avignon, mais aussi à l'étranger, notamment en Allemagne. Il est aussi l'un des complices fidèles d'Influences. S'attachant à décrire nos failles les plus sensibles et nos paradoxes quotidiens par le biais de la comédie absurde, il a toujours accordé une large place au drame historique. *Fleur de sang* est son premier roman. L'histoire d'un homme qui va devenir bourreau par amour. Une intrigue qui se déroule sous Louis XIV à Joigny, dans l'Yonne.

Un livre édité aux Éditions Michel Lafon ; sortie le 10 novembre 2021.



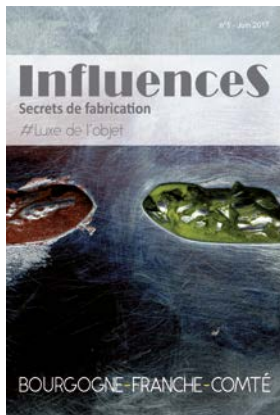
Jean-Claude Bihr : un roman didactique

Dirigeant d'une entreprise industrielle (cf. Influences n°4), Jean-Claude Bihr met en œuvre le Lean au sein d'Alliance MIM depuis toujours. Fort sa conviction acquise par la pratique, il propose un Lean adapté aux enjeux contemporains dont les piliers sont les relations humaines, le digital et le green. L'originalité est de traiter ce sujet sous la forme d'un roman dont le personnage principal est une jeune femme trentenaire.



Photographe amateur, il a utilisé le temps du premier confinement pour éditer un journal en coopération longue distance avec le poète Miguel Ballé : « Rêves de confinement ».

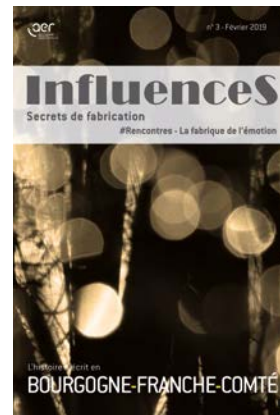
Déjà parus



n°1 - juin 2017
Luxe de l'objet



n°2 - juin 2018
Luxe



n°3 - février 2019
Rencontres



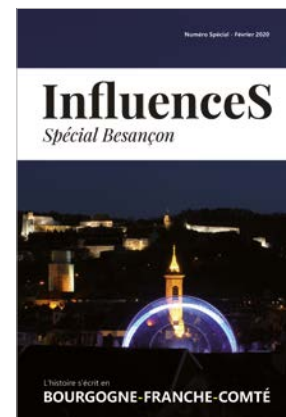
n°4 - mars 2020
Témoignages



n°5 - septembre 2021
L'expérience de l'essentiel



n°6
À découvrir prochainement



Spécial Besançon
février 2020
en partenariat avec
Grand Besançon Métropole

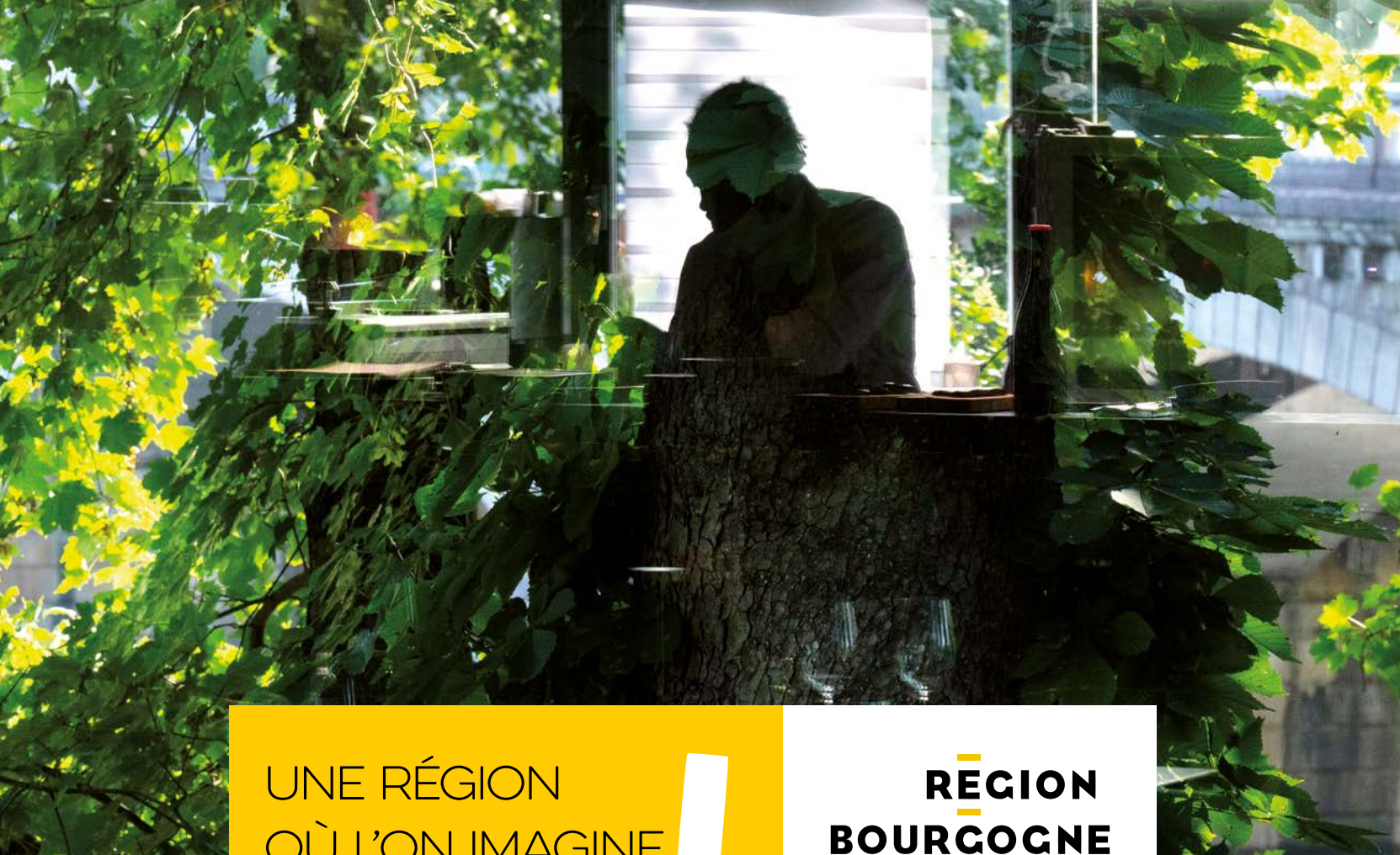
La dernière de couv'

**RÉGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ**

UNE RÉGION OÙ L'ON IMAGINE L'ESSENTIEL...

Et si au 21^e siècle, l'essentiel était un cadre de vie préservé, une nature protégée et protectrice, un environnement inspirant. La Bourgogne-Franche-Comté serait une promesse de vie équilibrée. Quel que soit le territoire, plaines ou collines, montagnes ou vallées, forêts ou lacs ne sont jamais loin de villes à taille humaine, de villages propices à toutes les audaces... celles des artisans, celles des techniciens, celles des habitants qui s'expriment dans un ensemble de productions qui ont pour point commun l'excellence.

Photo du haut : Besançon (25), le restaurant Le Parc depuis l'intérieur (Lire page 38)
Photo du bas : Besançon (25), Manton, découpe laser (Lire page 40)



UNE RÉGION
OÙ L'ON IMAGINE
L'ESSENTIEL !

**RÉGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE**