

n° 7 - Juin 2023

Influences

Secrets de fabrication

Luxe & savoir-faire d'exception



L'histoire s'écrit en

**REGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE**



L'avant-propos

“
**La Bourgogne-
Franche-Comté
a l'industrie
dans ses gènes.**
”

**RÉGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ**

Marie-Guite Dufay,

Présidente de Région

Bourgogne-Franche-Comté

Besançon (25) / Dijon (21)

C'est une des grandes forces de notre région, qui a su préserver, consolider et développer ses savoir-faire, ses compétences, ses expertises.

Les grandes marques du luxe ne s'y trompent pas. Elles ont trouvé en Bourgogne-Franche-Comté un tissu de PME et de TPE, qui allient compétences et excellence, à même de répondre à leurs besoins si spécifiques. Certaines grandes maisons ont même choisi d'y implanter une partie de leur production ou de leurs services : Hermès, Audemars Piguet, Breitling... Toutefois, la majorité des entreprises de la filière sont des sous-traitants pour les grandes marques du luxe.

En Bourgogne-Franche-Comté, la filière représente 480 entreprises et près de 15 000 emplois. Ces entreprises ont su relever de nombreux défis. D'abord, le développement et l'adaptation de leurs capacités industrielles pour rester réactives et compétitives. Ensuite, l'innovation sur les produits, sur les matières, sur leurs technologies de production, pour pouvoir proposer sans cesse de nouvelles solutions à leurs clients. Enfin, le développement des compétences et la formation pour répondre aux difficultés de recrutement récurrentes dans les métiers de l'industrie, pour éviter la disparition de certains métiers rares, mais aussi pour s'adapter aux évolutions technologiques, et anticiper en créant les formations aux métiers de demain.

En Bourgogne-Franche-Comté, elles ont su trouver un accompagnement solide, grâce notamment au programme Industrie du futur développé par la Région pour créer les outils de productions innovants, grâce aux laboratoires de recherche qui imaginent les prochaines technologies de rupture, et aux campus des métiers et des qualifications pour former les compétences d'aujourd'hui et de demain. L'accompagnement proposé en région leur permet en outre de déployer leur rayonnement à l'international ainsi que leur mutation énergétique.

Bâtie hier principalement autour des industries métallurgiques, l'avenir de l'activité industrielle de la région repose désormais sur les enjeux de transition énergétique avec l'hydrogène, de souveraineté en santé à travers les biotechnologies, et de souveraineté alimentaire grâce à la recherche agricole et agro-alimentaire.

Dans cette stratégie, le luxe tient une place à part, unique, qui ne fait que s'amplifier. La filière, ancrée sur le territoire régional, que ce soit dans l'art de vivre ou l'art de l'objet, participe en effet au rayonnement économique de la Bourgogne-Franche-Comté et en partage l'ambition, tout en relevant les défis des transitions écologiques, énergétiques, et technologiques.

“
**Des savoir-faire
historiques
reconnus.**
”

L'édito



Jean-Claude Lagrange,

Président de

AER Bourgogne-Franche-Comté

Besançon (25) / Dijon (21)

Saviez-vous que la Bourgogne-Franche-Comté fait partie des quelques territoires européens possédant une véritable culture du luxe et qu'elle est une des rares régions françaises qui présentent la particularité d'avoir développé des savoir-faire reconnus, particulièrement dans le luxe de l'objet ?

Pour vous convaincre, je vous indique que la Bourgogne-Franche-Comté possède un tissu économique principalement composé de PME, expertes dans de nombreux métiers, qui fabriquent dans la plus grande discrétion des composants, voire des produits, pour les plus grandes marques mondiales qui, attirées par une main-d'œuvre formée et des laboratoires de recherche spécialisés, ont implanté ici leur site de production et d'innovation.

Quelques entreprises nées sur notre territoire portent très haut les couleurs du luxe français sur la scène internationale, avec des produits imaginés et fabriqués en Bourgogne-Franche-Comté. De la conception à la finition, les métiers sont l'alliance de la tradition et de l'invention, le mariage des savoir-faire et de la création, l'association de l'histoire et de l'innovation. Ils font merveille pour la création d'objets de luxe : bijouterie, horlogerie, joaillerie, maroquinerie, textile et accessoires de mode, instruments d'écriture, arts de la table, décoration, mobilier, packaging...

Une gamme à la fois large et profonde où tous les matériaux sont étudiés, des plus traditionnels aux plus composites, associant savoir-faire, expertise et nouvelles technologies.

Ce nouveau numéro d'InfluenceS présente l'écosystème régional « Luxe et savoir-faire d'exception » dans toutes ses dimensions (marchés actuels et futurs, savoir-faire, formations, recherche et innovation, réseaux, labels...) et illustré par des éléments chiffrés permettant de pointer l'ampleur de cette véritable filière en Bourgogne-Franche-Comté.

« Le luxe, c'est la rareté, la créativité, l'élégance »,

Pierre CARDIN

Pour illustrer cette citation, vous découvrirez dans InfluenceS ce qui anime la Bourgogne-Franche-Comté : des femmes et des hommes qui œuvrent discrètement pour leur région, engagés sur la voie de la persévérance, l'innovation et la passion de leur métier et de leur territoire. Nous vous proposons d'aller à la rencontre de quelques-unes de ces « pépites ».

Bonne découverte du Luxe en Bourgogne-Franche-Comté !

L'AVANT-PROPOS par Marie-Guite Dufay, Présidente de la Région Bourgogne-Franche-Comté	2 ^e de couv'
L'ÉDITO par Jean-Claude Lagrange, Président de l'AER Bourgogne-Franche-Comté	1
LA BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ, ATTRACTIVE PAR NATURE	64
NOS SECRETS DE FABRICATION.....	3 ^e de couv'
Luxe et savoir-faire d'exception, bien plus qu'une simple filière en Bourgogne-Franche-Comté	3
> Luxe et savoir-faire d'exception en Bourgogne-Franche-Comté	4
> Marchés et secteurs du luxe en Bourgogne-Franche-Comté.....	6
> REPORTAGES ENTREPRISES	
METTETAL CRÉATION	9
MANUFACTURE MEYNIER	12
MANUFACTURE DE LONGCHAMP	15
BCD SARL	18
LE LABOUREUR	21
À l'origine d'une main d'oeuvre de qualité, les formations techniques en Bourgogne-Franche-Comté	25
> Du secondaire au supérieur, du CAP au DN MADE, des formations en phase avec les entreprises	26
> REPORTAGES ENTREPRISES	
MAROTTE	30
GROUPE CRÉATIONS PERRIN	33
De l'idée à la réalisation, recherche et innovation en Bourgogne-Franche-Comté	37
> Quel rôle pour la recherche ?	38
> REPORTAGES ENTREPRISES	
PGF PARTNER / INEOV	40
HERBELIN	43
Savoir travailler en collectif, les groupements et clusters en Bourgogne-Franche-Comté	47
> L'intelligence collective au service des professionnels du luxe	48
> REPORTAGES ENTREPRISES	
ASSOCIATION PIERRE DE BOURGOGNE	50
Les nouveaux enjeux du luxe, les engagements vers la transition écologique en Bourgogne-Franche-Comté .	55
> Faire évoluer les pratiques	56
> REPORTAGES ENTREPRISES	
ÉCOLLANT	57
LOSANJE	60

Luxe & savoir-faire d'exception

bien plus qu'une simple filière
en Bourgogne-Franche-Comté

Luxe et savoir-faire d'exception en Bourgogne-Franche-Comté

Berceau de l'horlogerie et de la lunetterie, la Bourgogne-Franche-Comté est riche de savoir-faire recherchés par les plus grandes maisons de luxe. Son tissu industriel est principalement composé de PME qui fabriquent, pour de nombreux marchés et dans la plus grande discrétion, des composants ou des produits de sous-traitance pour les plus grandes marques mondiales.

La Région Bourgogne-Franche-Comté a toujours défendu les entreprises qui perpétuent des savoir-faire d'exception en associant tradition et innovation. L'objectif est de créer un terreau fertile pour l'avenir de ces entreprises. En Bourgogne-Franche-Comté, un véritable écosystème a pris forme et se compose d'entreprises, organismes de formation, centres de recherche et plateformes technologiques, tous regroupés autour du luxe. Aujourd'hui, dans tous les territoires de Bourgogne-Franche-Comté, la filière luxe offre des opportunités de solides parcours professionnels.

Nous avons recensé plus de 450 entreprises travaillant sur les marchés du luxe de l'objet (horlogerie, bijouterie, maroquinerie, arts de la table, parfumerie, cosmétique, instruments d'écriture...). Celles-ci emploient plus de 15 000 salariés.

Elles sont issues d'un tissu industriel et artisanal riche, spécialisé dans tous les métiers de la conception à la finition, formant ainsi un territoire d'activités qui se conjuguent au présent et au futur.



Couv' de ce numéro : Groupe Silvant © Groupe Silvant / L. Cheviet

Extrait de l'interview de Marie-Guite Dufay, à l'occasion de l'organisation de la Cérémonie des Talents du luxe et de la création 2022 en Bourgogne-Franche-Comté, à la Saline royale d'Arc-et-Senans.

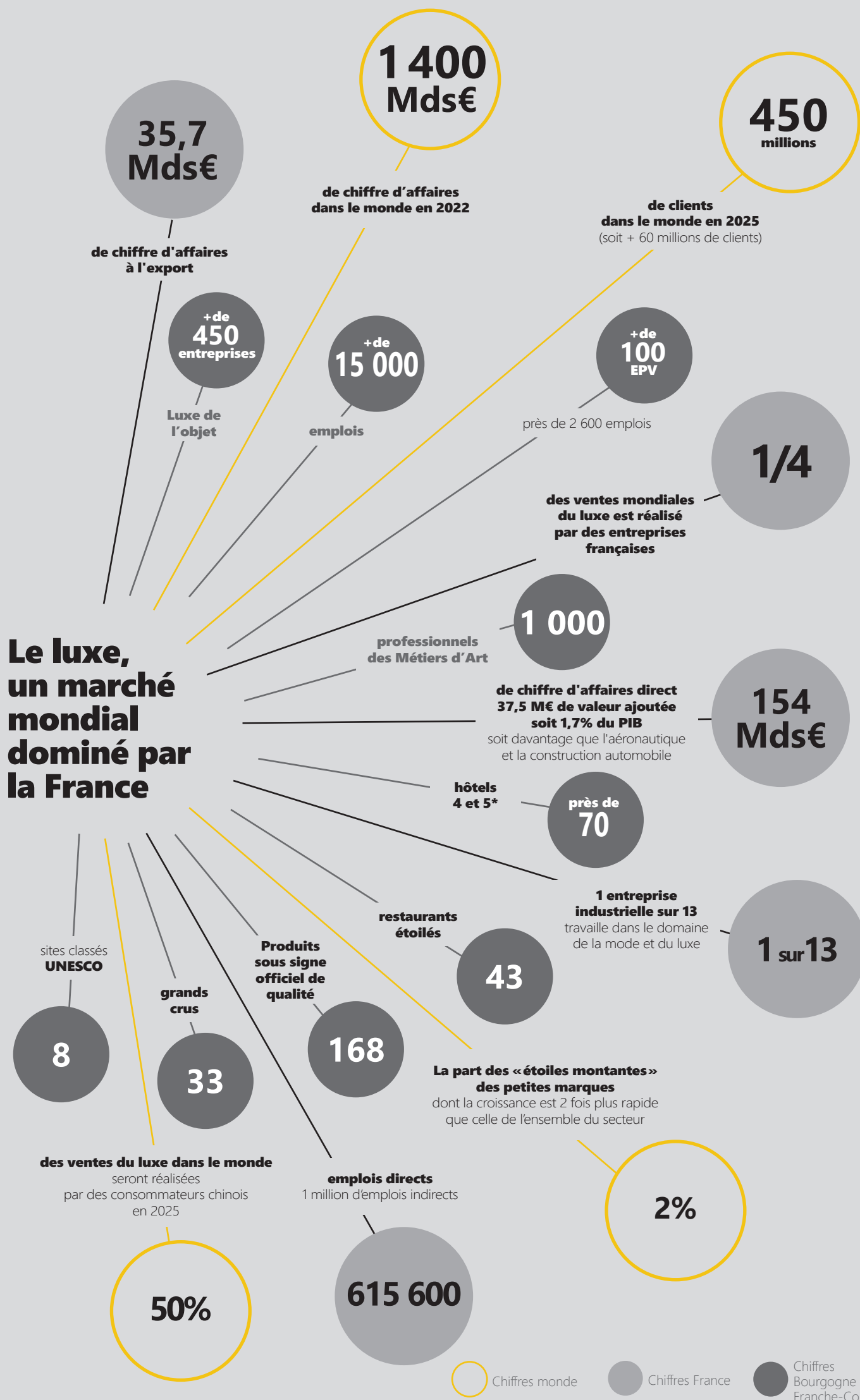


Cérémonie des Talents du luxe et de la création 2022 (de gauche à droite) : Jacques Carles, Président du Centre du luxe et de la création Marie-Guite Dufay, Présidente de Région Bourgogne-Franche-Comté Glenn Spiro, joailler - Talent d'Or 2022 / © Laurent Cheviet

C'est par son histoire et ses traditions que la Bourgogne-Franche-Comté se distingue sur la scène française et internationale du luxe. Que ce soit en horlogerie ou dans l'art d'accueillir, la Bourgogne-Franche-Comté est parfaitement dans l'air du temps. Notre région est un écrin préservé fait de nature et de traditions, de technologies et d'innovation. Non seulement nos entreprises sont présentes dans l'ensemble des grands domaines du luxe, mais elles développent leurs activités sur toute la chaîne de valeur : de la transformation de la matière à la distribution. Notre région se distingue par son soutien aux entreprises et aux acteurs sur le volet de la formation, de la recherche et de l'innovation. Notre écosystème régional est ouvert sur l'international avec des activités pourtant bien ancrées dans le local. Nous avons à cœur d'accompagner les entreprises dans leurs actions en faveur de la transition écologique et énergétique, de l'insertion, de la formation, pour continuer à inscrire ces entreprises dans le temps long. De belles réussites familiales perpétuent des savoir-faire séculaires. Nous sommes heureux de créer autour d'elle un terreau fertile pour l'avenir.

Le saviez-vous ?

La promotion et l'accompagnement de cette filière figure parmi les missions stratégiques confiées par la Région à l'Agence économique régionale de Bourgogne-Franche-Comté (AER Bourgogne-Franche-Comté).



Marchés et secteurs du luxe en Bourgogne-Franche-Comté

Les perspectives du marché du luxe pour 2023 et jusqu'à 2030 sont bonnes ! Les consommateurs du monde entier sont de plus en plus sensibles à la fabrication française, à l'authenticité et la traçabilité des produits. L'écosystème régional, en s'appuyant sur ses secteurs traditionnels d'excellence et tout en s'ouvrant à de nouveaux marchés, est prêt à relever ce défi et à accompagner les grands noms du luxe dans la conquête des marchés internationaux.

LES MARCHÉS TRADITIONNELS DES ENTREPRISES DE BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

Horlogerie

Implantée depuis le 17^e siècle autour de l'Arc jurassien, l'horlogerie est une activité industrielle historique que la Bourgogne-Franche-Comté possède en partage avec ses voisins suisses.

Aujourd'hui encore, cette activité est bien vivante dans la région : elle occupe – en y incluant l'activité du bracelet cuir – environ 3 900 personnes et bénéficie de la présence de quelques marques françaises emblématiques telles que LIP, Herbelin, Pequignet Horlogerie. On trouve également des centres SAV de marques suisses prestigieuses, telles que Audemars Piguet, Breitling et Groupe Swatch.



Humbert Droz © Laurent Cheviet

Le saviez-vous ?

Grâce à son histoire horlogère, à la présence d'entreprises et d'artisans hautement qualifiés, mais aussi à une offre de formation complète, la Bourgogne-Franche-Comté contribue à la valorisation des **savoir-faire en mécanique horlogère et mécanique d'art** qui sont d'ailleurs inscrits sur la liste du **patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO** depuis 2020.

Quelques chiffres¹

363	3 720	63 %
établissements	salariés	des emplois salariés de l'horlogerie française

Lunetterie

Au même titre que l'horlogerie, la lunetterie est un secteur traditionnel né au 18^e siècle dans le Haut-Jura. La filière a su résister à la mondialisation. Elle est riche de marques emblématiques, mais aussi d'un tissu de sous-traitants d'un haut niveau d'excellence.

L'arrivée récente du groupe Kering Eyewear sur le territoire – à travers l'acquisition de UNT – donne un excellent signal pour une redynamisation de la production de lunettes en Bourgogne-Franche-Comté et en France plus généralement.



Thierry SA © Laurent Cheviet

Quelques chiffres²

plus de 60	900	1^e région
entreprises	salariés	française pour la lunetterie

¹ Source : INSEE 2021

² Source : note de conjoncture 2023 - Conseil régional BFC

Maroquinerie

La maroquinerie est sans doute le secteur d'activité qui s'est le plus développé ces 10 dernières années, sous l'impulsion des grands groupes français. Créateurs et entreprises trouvent un ensemble complet de compétences, chacune poussée à un niveau d'excellence inédit. Hermès compte 3 manufactures dans son pôle régional. Sont également présentes sur le territoire : Maroquinerie Thomas, SIS, Manufacture Jean Rousseau, Créations Perrin ([lire en page 32](#))...

L'activité maroquinerie est complétée par la production de pièces métalliques pour la bijouterie de sac, ce qui en fait la spécificité de la Bourgogne-Franche-Comté. Quelques entreprises emblématiques du secteur : FM Industrie, Groupe Silvant, Cœur d'Or Oerliken, Sublimétal...



PMA, filière cuir © Maeva Schamberger

Quelques chiffres³

près de	20	3 500
	grandes	salariés
	manufactures	

Bijouterie-Joaillerie-Orfèvrerie

La bijouterie, au même titre que la maroquinerie, fait partie des secteurs d'activité qui connaissent une expansion spectaculaire. Selon la dernière étude de Bain & Co, le marché mondial de la bijouterie devrait croître encore de 8 % en 2023.

Grâce à leurs savoir-faire en usinage, traitement de surface et polissage, les entreprises du territoire contribuent massivement à répondre aux besoins des grands noms du luxe français et suisses.

Les centres de formation spécialisés (Lycée Edgar Faure, Supmicrotech...) se mobilisent pour aider les entreprises à suivre cette forte croissance du secteur. Les effectifs actuels de la bijouterie-joaillerie et bijouterie de sac régionale (1 900 personnes) devraient croître rapidement pour soutenir cette dynamique.

La bijouterie de sac est également une des spécialités des entreprises sous-traitantes de la région qui est corrélée à l'essor de la maroquinerie française.



Lycée Edgar Faure © Laurent Cheviet

Quelques chiffres³

1 900	dont 900
salariés	pour la bijouterie de sac

DE NOUVELLES PERSPECTIVES POUR LES ENTREPRISES DE BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

Cosmétiques

Le patrimoine naturel de Bourgogne-Franche-Comté a inspiré plusieurs de nos fleurons dans les cosmétiques : le chêne pour La Chênaie, les vignes et Climats pour Vinésime. Au-delà de l'offre technologique liée au secteur du packaging, des microtechniques et de l'injection, la région offre à cette industrie les moyens de se renouveler, de trouver de nouveaux procédés et techniques pour aller vers une cosmétique intégrant des technologies de pointe.

À titre d'exemples, quelques activités présentes sur le territoire : packaging innovant, dispositif d'application de précision, fabrication de moules, machines spéciales de remplissage, gravure et marquage à chaud...



La Chênaie, Brume de rosée © Christophe Deschanel

³ Source : Conseil régional BFC / AER Bourgogne-Franche-Comté / Luxe & Tech - 2022

Textile

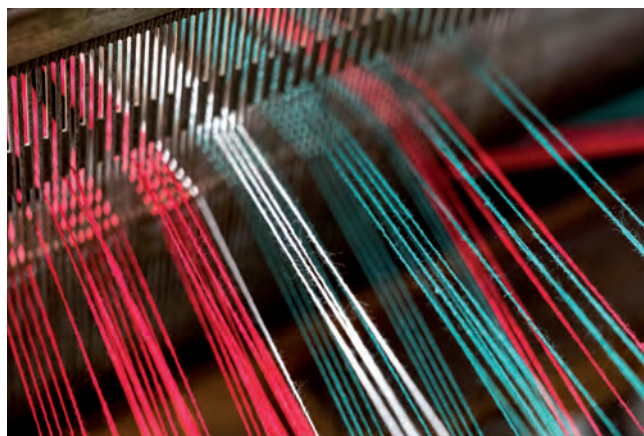
La Bourgogne-Franche-Comté est restée une terre historique de savoir-faire textile, tant pour le tissage que pour le tricotage.

Pour preuve, la présence importante de DIM à Autun (71), les Chemises Gauthier à Chalon-sur-Saône (71), les Chaussettes Perrin à Montceau-les-Mines (71), ou encore la Manufacture Métis à Étupes (25)...

Depuis peu, on observe la montée en gamme de certains savoir-faire, tels que les couettes et oreillers de la Compagnie Dumas à Tonnerre (89) ou de RKF Luxury Linen à Belfort (90) pour le linge de maison.

Le textile renaît sous de nouvelles formes : de l'upcycling comme Orbe Novo à Besançon (25) – qui recycle les toiles de montgolfières pour en faire des sacs et accessoires design –, Losanje ([lire en page 60](#)) qui recycle vêtements de seconde main et invendus, du textile technique comme GMEA à Vesoul (70), Monnet Sports à Montceau-les-Mines (71), ou encore du savoir-faire revisité à travers des collaborations avec des designers comme Le Laboureur ([lire en page 21](#))...

Dans le même souci de l'environnement, les entreprises sont amenées à utiliser des technologies innovantes pour recycler certaines fibres à l'image d'Écollant à Auxerre (89) qui travaille à mettre au point des collants 100 % recyclés et 100 % recyclables ([lire en page 57](#)).



Manufacture Métis © Laurent Cheviet

Quelques chiffres⁴

1 600 salariés

Savoir-faire d'exception

On retrouve, partout dans la région, des ateliers qui s'appuient sur l'héritage ancestral qu'est le travail du bois, et qui savent le réinterpréter de manière contemporaine comme Hugo Delavelle à Saulnot (70) ou encore Mathisse Dalstein à Lavans-lès-Saint-Claude (39).

Dans ce même esprit, des créateurs s'appuient sur le travail traditionnel de la céramique, comme la Manufacture de Digoïn (71), mais également de la faïencerie à l'image de la Faïencerie Georges à Nevers (58) ou encore la Manufacture de Longchamp (21), pour créer des modèles innovants en s'inspirant de courants artistiques qui renouvellent le genre.

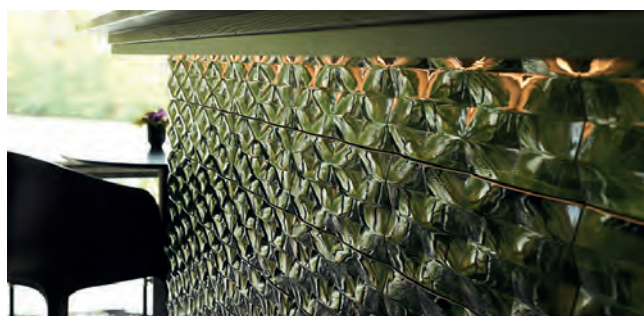
Le verre, matière utilisée dans l'art de la table, comme dans l'architecture ou même la parfumerie, est travaillé depuis le 15^e siècle à Passavant-La-Rochère (70), mais aussi par de jeunes et talentueux designers comme Ève Georges – souffleuse de verre – qui tire ses inspirations d'autres cultures ou de l'espace.

La Pierre de Bourgogne, solide et naturelle par sa beauté et son authenticité, habille les espaces intérieurs et extérieurs d'un cachet unique grâce aux travaux dans les carrières et les ateliers de taille qui se trouvent en région ([lire en page 50](#)).

Tous ces savoir-faire ont tous en commun l'art de la précision et l'exigence de la perfection.



© Manufacture de Digoïn



La Rochère pour le restaurant Le Parc à Besançon © Laurent Cheviet



Comblanchien © Michel Joly

4 Source : Usine Nouvelle 2021



Nicolas (à gauche) et Thomas Mettetal © ERE

METTETAL CRÉATION

Nicolas et Thomas METTETAL

La complémentarité. Voilà ce qui caractérise l'univers de Mettetal, une entreprise familiale basée à Saint-Julien-du-Sault, spécialisée dans le développement et la production d'accessoires métalliques pour la maroquinerie et le prêt-à-porter.

Le bâtiment et son environnement tout d'abord. L'élégance du site s'intègre naturellement dans la zone industrielle où il se situe, retenant ainsi l'attention du visiteur à son arrivée.

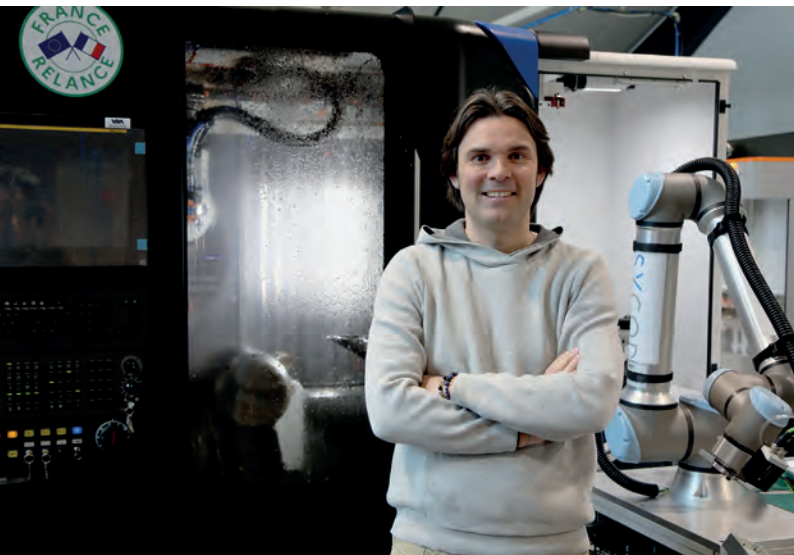
Puis la symbolique du rapport féminin-masculin qui s'illustre ici dans le travail sur les matériaux. Bruts à la base, ils sont affinés au plus haut point par des mains expertes et deviennent délicats, gracieux, parfois clinquants. Mais aussi les femmes qui y travaillent. Souriantes et affairées, elles sont plus nombreuses que les hommes. Leur présence témoigne de cette parité qui tendrait à pencher de l'autre côté, pour une fois.

Et enfin les frères. La souche. La base. Le Yin et le Yang, le blanc et le noir.

D'un côté Nicolas, l'artisan, le technicien, qui gère le début du process, du développement jusqu'au prototype. Ses yeux d'enfant tranchent avec son allure rugueuse, ses bras tatoués et les phrases courtes qu'il prononce avec cette musicalité qui se forme dans les mots, comme chez ceux qui préfèrent le "faire" et l'établi aux discours, la cour d'école à la classe.



Mettetal Création © ERE



Mettetal Création © ERE

De l'autre, Thomas, le cérébral, l'œil commercial.

S'il semble plus classique de l'extérieur, il ne faut pas se fier au style plus « lisse » qui contraste avec celui de son aîné. **Il est celui qui expose, qui convainc par les mots. Il décrit les idées, les intellectualise, alors qu'il en fomenté déjà une autre en pensées, insatiable. Pour lui, demain c'est hier. Et c'est là que la complémentarité joue.** Les arguments du binôme s'emboîtent durant les rendez-vous avec douceur et harmonie, pour ne proposer qu'une seule idée au bout du compte. **L'idée. Celle qui séduira le client exigeant, et qui sera réalisable dans des temps ne supportant aucune concurrence.**

Il est là, le luxe. Le contrôle de A à Z, un savoir-faire manuel qui se fait rare et donc précieux.

Nicolas crée d'abord sur des vieilles machines, celles que leur propre père utilisait quand il a lancé « Mettetal création » à partir de 2003.

Une aventure de 15 ans à 4 dans un garage, avec la mise au point de **l'injection au zamak, un alliage de zinc, d'aluminium et de magnésium, résistant et facile à travailler**, et une production en série en Asie.

Depuis 2018, les frères ont pris la succession avec leurs femmes respectives et investi leur nouvelle structure. Une 4^e génération pour une affaire définitivement de famille, sachant que la 5^e se prépare déjà.

De 9 salariés il y a encore 15 mois, ils sont aujourd'hui passés à 40. Ils disposent de machines numériques high-tech (6 machines de production et 3 de prototypage) alignées proprement, à côté de l'atelier mécanique, indélogeable et tout aussi propre, et l'impression 3D qui a récemment permis 70 prototypes en 4 jours, avec reprise à la main derrière. **Car dans cette entreprise implantée sur les marchés de la maroquinerie premium et du luxe, tout se finit systématiquement à la main (reprise, taraudage, émerisage...). Le moindre défaut de créativité et d'aspect est inacceptable.** Le pari consiste à toujours être à la hauteur du concept proposé, et dans des coûts maîtrisés, insiste Thomas.

C'est la raison pour laquelle les frères Mettetal travaillent toujours avec la même usine en Asie depuis 20 ans, et ce, même s'ils essaient de ramener une partie de leur activité sur le territoire. **En effet, un nouveau bâtiment de 1600 m² sortira de terre en 2024 pour plus de confort pour les salariés, un agrandissement du parc machine, et un regroupement des 2 ateliers de sous-traitance. L'idée sera de développer la production de « collections »** (de quelques dizaines d'exemplaires jusqu'à 150 pour les défilés, présentations, démonstrations, qui précèdent en général la production en série en Asie), **avec comme objectif d'accroître encore la réactivité qui est déjà leur force aujourd'hui.**

Être réactif dans le domaine du luxe, c'est être capable de proposer le projet au client dès le lendemain du rendez-vous, parfois même une heure après.



Mettetal Création © ERE

Mais c'est aussi être celui qui a la machine au moment où le client a besoin de son produit.

Et pour cela, il faut du soutien financier. Mettetal est assez isolé localement à cause de la spécificité de son activité.

La Bourgogne n'a pas de tradition d'usinage de précision (au 100° près ici) comme peut l'avoir le Jura. Mais la Région reste un partenaire indispensable par le biais de l'AER Bourgogne-Franche-Comté, toujours présente par sa compétence et ses conseils pour monter les dossiers de financement, notamment européens avec les fonds FEDER. D'autant plus que **travailler avec le luxe implique aussi de répondre à un cahier des charges qui va bien au-delà de la perfection du produit.**

Et l'impact environnemental fait partie de ces critères : bâtiment aux normes RT2021, récupération de l'eau de pluie, décarbonisation de l'atelier (la chaleur des machines remplace le gaz pour le chauffage), énergie renouvelable pour les lieux communs, machines qui retraitent l'eau, aucun polluant à l'égout, et un cadre de travail bucolique. Tout ce qui n'est pas utilisé est recyclé et cela a un coût.

Mais rien ne semble pour autant refroidir les frères qui posent naturellement pour la photo, avec Lipton, le Jack Russell mascotte de la maison. Ou peut-être si, une chose, et pas des moindres. Si la 5^e génération des Mettetal assure la partie « bijoux fantaisie » et commerciale, il n'y a encore personne à qui passer ce fameux savoir-faire dont Nicolas a hérité du grand-père et du père. Et il ne s'agirait pas de le perdre, la pérennité de la société serait mise à défaut. Un impératif à long terme, et pour lequel les frères restent confiants.

Les métiers artisanaux sont plus que jamais une valeur sûre pour qui a de l'ambition et le talent pour les exercer.



Mettetal Création © ERE



Mettetal Création © ERE

Contact



METTETAL CRÉATION

ZA Les Longues Raies - 89330 Saint-Julien-du-Sault

Tel : 03 86 91 10 96

Mob. : 06 32 24 15 03

Mail : thomas@mettetalcreation.com

www.mettetalcreation.com

Reportage

Par Patrice Bouillot



Thomas Gruget (à gauche) dans l'atelier © Philippe Trias / Le Progrès

MANUFACTURE MEYNIER

Thomas Gruget

La créativité est dans l'ADN de la Manufacture Meynier, reprise l'an dernier par Thomas Gruget. Le bouton reste son produit phare, mais l'entreprise, forte d'un haut niveau de technicité et de nombreux savoir-faire, a su diversifier ses débouchés vers d'autres univers, toujours dans le luxe.

100 ans de boutons

Les 22 et 23 juin, c'est la fête à Lavans-lès-Saint-Claude, ce petit village jurassien où, depuis 100 ans tout pile, on a fabriqué des milliards de boutons. **L'entreprise fondée par la famille Meynier en 1923 s'illustre dans un savoir-faire caractéristique de cette région de Franche-Comté : la tournerie.** À l'époque, on utilise l'os, la corne, le buis pour créer de petits objets. Cette maîtrise de la tournerie sera fort utile pour produire des boutons : à Saint-Claude et autour, il y eut jusqu'à sept entreprises spécialisées. Il n'en reste plus que deux. **« La Manufacture Meynier a survécu car elle a su s'orienter vers le marché du haut de gamme »,** résume Thomas Gruget, qui a repris l'entreprise, en 2022, à Jacques Meynier, représentant la troisième génération à la tête de la société familiale.

Ingénieur sorti de Polytechnique, titulaire d'un master de business, le repreneur avait mené sa première partie de carrière dans l'industrie de l'emballage. « À 40 ans, j'ai eu envie de retrouver le terrain et le contact direct avec les clients. J'ai souhaité reprendre une PME, en conciliant mon goût pour la gestion d'entreprise et la créativité. »

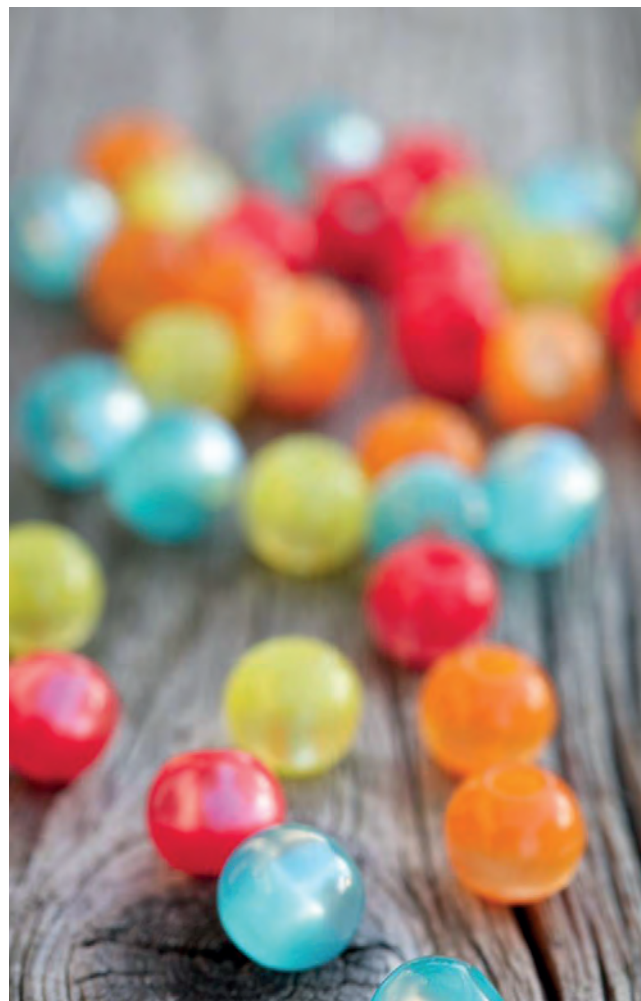


© Philippe Trias / Le Progrès

Thomas Gruget, quittant Grenoble, a donc posé ses valises dans le Jura, séduit par cette société labellisée, en 2016, Entreprise du patrimoine vivant et qui réalise un chiffre d'affaires de 2,5 millions d'euros. « Une entreprise qui a une âme, une histoire. Un modeste fabricant jurassien de 30 salariés qui apporte ses idées et son savoir-faire à des grands du luxe. »

300 000 euros d'investissement

Les boutons produits par la Manufacture Meynier portent en effet le logo de prestigieuses maisons françaises. Peut-on même d'ailleurs parler encore de boutons ? Ce sont de véritables petits bijoux que Thomas Gruget sort de sa boîte à trésors. En corozo, en galalithe, en bois, en polyester, en nacre, en matière recyclée aussi et de plus en plus... Avec des insertions de strass, de paillettes, de pierres... **Toutes les couleurs, toutes les formes, toutes les tailles sont possibles.** Les créations estampillées Manufacture Meynier savent susciter l'effet waouh chez celui dont l'attention est attirée par cet accessoire qui prend soudain une véritable importance dans la tenue. « Notre savoir-faire implique la conjonction de techniques différentes, un mélange d'ancien et de moderne, d'industriel et d'artisanal. **Nos clients nous demandent de faire preuve toujours d'une plus grande créativité, d'une originalité sans bornes, nous allons toujours plus loin pour eux.** Et toujours avec une grande réactivité car les collections s'enchaînent, parfois six ou sept par an, et alors il faut être capable d'inventer vite puis de produire vite, en petites séries. »



© Manufacture Meynier / Gérard Benoît-à-la-Guillaume



© Manufacture Meynier / Gérard Benoît-à-la-Guillaume



© Manufacture Meynier

C'est précisément ce mix entre la technicité et la créativité qui a séduit Thomas Gruget. Une créativité au service de la haute couture mais aussi de la joaillerie, de la bijouterie, de la maroquinerie, de l'horlogerie, du packaging... **Qui nécessite des moyens toujours plus modernes.** Aussi l'entrepreneur, à la tête la manufacture Meynier, a-t-il engagé un programme d'investissement important, 300 000 euros pour l'instant dans un tour numérique et un centre d'usinage. **Mais plus que les machines, ce sont les femmes et les hommes qui font la richesse de la société, souligne le nouveau dirigeant.** « **Sur certains matériaux comme la résine, les vrais spécialistes se comptent sur les doigts des deux mains.** Il y a un enjeu fort à préserver et à transmettre ces savoir-faire. »

Un réseau de partenaires

Le bouton représente aujourd'hui 20 % du chiffre d'affaires de la Manufacture Meynier. La crise du textile est passée par là, dopant la capacité d'adaptation de la manufacture jurassienne. Le reste, ce sont les accessoires pour d'autres secteurs que le textile, par exemple la parfumerie avec d'incroyables bouchons pour les flacons, des bijoux fantaisie, d'élégants objets publicitaires...

InfluenceS

Luxe & savoir-faire d'exception, bien plus qu'une simple filière

Pour reprendre la Manufacture Meynier, Thomas Gruget a su s'entourer. Lauréat de Réseau Entreprendre Franche-Comté, il s'est appuyé sur Initiatives Jura, l'association Cédants et repreneurs d'affaires (CRA), le Centre des jeunes dirigeants (CJD), le fonds de développement régional de TotalEnergies, mais aussi l'AER Bourgogne-Franche-Comté qui l'a aidé à développer ses contacts et France Relance qui a soutenu ses premiers investissements.

Fort de ce réseau, Thomas Gruget porte, à l'heure de son centième anniversaire, une ambition nouvelle pour « sa » manufacture.



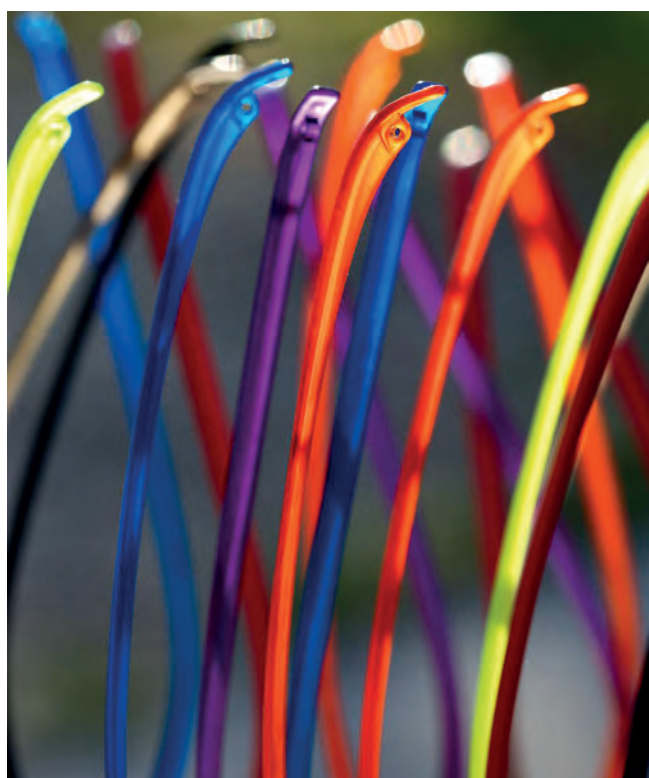
© Manufacture Meynier / Gérard Benoît-à-la-Guillaume



© Manufacture Meynier / Gérard Benoît-à-la-Guillaume



© Manufacture Meynier / Gérard Benoît-à-la-Guillaume



© Manufacture Meynier / Gérard Benoît-à-la-Guillaume

Contact



MANUFACTURE MEYNIER

97 rue du Bourg Dessus - 39 170 Lavans-lès-Saint-Claude
Tel : 03 84 42 12 84

www.meynier.com



Philippe Orliac dans son atelier © ERE

MANUFACTURE DE LONGCHAMP

Philippe Orliac

Les paysans disent que les terres font les hommes. Elle les façonne même physiquement. Philippe Orliac aurait pu être sculpté dans l'argile, cette terre rouge tirée du sol de cette partie de la Côte, anciens marécages asséchés il y a des siècles. Les épaules râblées et le port légèrement courbé vers l'avant par l'habitude de travailler la matière épaisse, les traits soulignés par la poussière blanche qui strie son visage en circonvolutions lorsqu'il sourit et lui donnent son air jovial, le bonhomme dans la force de l'âge laisse apparaître au hasard de ses mots l'adolescent qu'il fut ici même, lorsqu'il était apprenti céramiste. C'était au lycée de la ville, à quelques rues de la Manufacture de Longchamp qu'il dirige aujourd'hui.

Les premières traces écrites d'une activité remontent à 1366 avec une briqueterie qui fabriquait des carreaux et des tuiles en argile, puis plus tard la naissance de la manufacture Longchamp en 1832, pour des assiettes culinaires principalement, de la faïence blanche, avant la période d'expansion de l'après Grande-Guerre qui s'achèvera à la fin des Trente Glorieuses.



© ERE



© ERE

C'est alors le temps des chocs pétroliers, la concurrence de l'étranger, Portugal et Afrique du nord. L'entreprise qui autrefois employait jusqu'à 300 personnes sur une surface de plusieurs milliers de mètres carrés subit la crise et la ville est anéantie. Mais l'argile est souple et la céramique solide, tout comme Philippe : il rachète la manufacture en 2016.

Aujourd'hui installé dans ce qui était à l'époque le magasin d'usine, le show-room élégant donne sur l'atelier et le visiteur est le témoin du va-et-vient silencieux des céramistes qui s'affairent d'un poste à l'autre. Les verrières, dont certaines en armatures de bois dessinées en élégantes initiales ou en motifs Art déco, laissent passer une lumière douce qui baigne les assiettes, bols et autres objets de table aux formes bigarrées qui sèchent en étages.

« **Nous sommes des créatifs sur porcelaine** ». Telle est la valeur ajoutée de la Manufacture qui lui confère cette place si particulière sur le marché, **pour une concurrence quasi inexistante** : tout axer sur la création, et externaliser les autres services, notamment le commercial, faire appel à des talents pour des missions spécifiques (décorateur, sculpteur, modelleur, fabricant de moules en silicone...).

« **Le traditionnel céramiste qui faisait tout lui-même est un modèle qui n'est plus rentable aujourd'hui** ». Ici, on se concentre sur la qualité. « Une seule goutte d'eau nous échappe et elle se fixe à la cuisson ! ». **Les clients sont des restaurateurs haut de gamme, parfois étoilés, et donc exigeants.**



© ERE

Une commande est en cours pour un établissement à New-York, un autre à Beaune, pour lesquels des modèles sont créés exprès, puis proposés en série pour le particulier.

« **On vient nous voir pour des moutons à 5 pattes, pour des choses que les autres ne savent pas faire** ». Et c'est ce en quoi la Manufacture de Longchamp s'inscrit dans la filière luxe. La proposition de l'AER Bourgogne-Franche-Comté de faire concourir la Manufacture au trophée des Talents du luxe cette année vient conforter ce positionnement.

Le décalage, l'originalité sont les maîtres-mots de la marque, avec les modèles pré-fendus, les assiettes « fermeture éclair » par exemple, le modèle « cuir » qui n'a rien à envier à une marque du luxe bien connue, ou le service en puzzle « Tour Eiffel » ou « Chrysler building » ; **le détournement des technologies associées à d'autres domaines pour les adapter à la porcelaine, jusqu'à impliquer l'ADN du client au produit**, en intégrant par exemple la terre du jardin d'un restaurant dans la matière première. Autant d'idées qui surviennent au gré de l'inspiration, parfois au détour d'un essai alors qu'on espérait autre chose, **c'est cela l'essence de la création, l'envie de pousser toujours plus loin le possible, allant jusqu'à jouer sur une technique pourtant ancestrale.**

Le nouveau défi pour Philippe consiste à cuire à 1 000 degrés au lieu des 1 400 habituels. Si la raison du coût en termes d'énergie est évidente, surtout actuellement, ce sont aussi les **possibilités de travail que cette prouesse laisse augurer** qui importent. L'utilisation du géopolymère est aussi une autre piste, puisque cette matière se travaille sans cuisson.



© ERE

Des idées qui participent à l'image éco-durable de l'activité : une réduction des énergies de cuisson et un recyclage quasi-complet, eau, terre avant passage au four ; même les pièces cassées après cuisson sont broyées puis réintégrées.

L'autre projet consiste à remettre au goût du jour le carreau céramiste de grande taille ; tables, plans, mobiliers, revêtements en architecture, autant de possibilités et donc de marchés à conquérir, comme ces bains de soleil conçus pour un hôtel de luxe. Si Philippe est d'un naturel optimiste, il doit cependant faire face à un paradoxe pour continuer : la terre. Notre territoire en est toujours riche, mais elle est revendue en priorité à l'étranger puisque les gros fabricants français ont disparu (5 sur 6 ces cinq dernières années). Alors, à moins de prendre sa pelle et de creuser dans les environs, il lui faudra être malin et surtout faire encore preuve d'imagination pour se fournir et continuer à créer l'improbable.



© ERE



© ERE

Contact



MANUFACTURE DE LONGCHAMP

2A allée du petit pont - 21110 Longchamp
Tel : 06 35 53 23 93

www.manufacturedelongchamp.com



© ERE

Reportage

Par Patrice Bouillot



Escalier *Spinae* © Olivier Marczak

BCD SARL

Olivier Marczak

Olivier Marczak associe ses compétences d'ingénieur et son talent créatif pour concevoir, construire et installer des escaliers de toute beauté. Il ose tous les matériaux, toutes les formes, tous les défis techniques. Le résultat est spectaculaire.

Et l'escalier devient une œuvre d'art

3 juillet 2021, Paris. Sur la petite centaine d'entrepreneurs français retenus, parmi 2 500 candidats, pour exposer dans le cadre de la Grande Exposition du Fabriqué en France au palais de l'Élysée, Olivier Marczak représente le Territoire de Belfort avec sa toute dernière création, l'escalier *Spinae*. Par-delà la photo avec le président de la République, ce salon a valu au créateur venu d'Héricourt un grand nombre d'articles dans la presse, et notamment dans la presse spécialisée, qui soulignent tous son talent et sa créativité.



Olivier Marczak © P. Bouillot

Et pour cause : Spinae, du latin « colonne vertébrale », est un escalier dont le fût en acier débillardé est de forme triangulaire – **une proue technique** –, avec des marches en verre extra-clair dans lesquelles est enfermé un papier japonais fabriqué par une artiste chinoise installée à Amiens, ces marches étant portées par des bras en tôle découpés au laser – dans une prochaine version, ils seront en fer forgé. **L'ensemble, dont la forme s'adapte au lieu où est installé l'escalier, évoquera en effet une colonne vertébrale,** ou l'ossature d'un animal monstrueux comme on en admirerait dans un musée d'histoire naturelle. Son premier Spinae, Olivier Marczak l'a créé pour un appartement de la rue Copernic, à Paris. Depuis, il en a posé cinq autres, à Boulogne-sur-Mer, à Gérardmer, à Belfort... « J'ai pour projet d'en vendre trois ou quatre par an. Et d'industrialiser la fabrication, même si la conception restera forcément du sur-mesure. »

Bois, verre, acier, résine...

Spinae s'est imposé comme le produit phare de BCD, comme Bâti Concept Design, l'entreprise fondée par Olivier Marczak en 2005. À l'époque, cet ancien ingénieur spécialisé dans la conception et le dimensionnement de structures voulait vivre une autre vie professionnelle. Il venait de passer quinze ans au service de grands groupes industriels et voulait se lancer à son compte. Libérer sa créativité. **Il commença par concevoir des maisons à solivage bois, « quasiment passives ».**



© O. Marczak



© O. Marczak



© O. Marczak

« Dès la première construction, j'ai dû imaginer des escaliers. J'ai finalement choisi de me concentrer sur cet élément de la maison. » Mais pas n'importe comment.

Olivier Marczak met au service de ses clients – principalement des particuliers et des architectes – ses connaissances techniques et son goût pour les belles choses. Ses escaliers, à nul autre pareils, sont faits d'acier, de verre, de bois, de résine, de plexiglas. Aucune matière ne lui échappe. **S'intégrant dans des univers différents, ils sont tous des modèles uniques et originaux.**

Bien souvent, ils constituent des prouesses techniques. **Et le plus fort, c'est que ces escaliers sont 100 % Made in France : ils sont dessinés et conçus, fabriqués et posés par Olivier Marczak et son équipe.** La pose de certains escaliers nécessite jusqu'à un mois de travail. **L'entrepreneur va jusqu'à concevoir et construire les machines nécessaires à la fabrication de ses escaliers, ainsi que les dispositifs permettant de les installer.** « Pour un appartement parisien, j'ai imaginé et installé sur place un rail permettant d'acheminer un escalier de deux tonnes depuis le camion jusqu'à l'intérieur de la maison, en démontant une façade, car il ne passait pas par les portes. »

Autodidacte de l'art

Dans son atelier de 1 200 mètres carrés, à Héricourt, où il est installé depuis 2020 après avoir quitté son premier atelier d'Évette-Salbert, **la fabrication de chaque escalier est un défi à relever. Un défi technique, mais rien n'effraie Olivier Marczak. Et un défi esthétique, pour celui qui se définit comme « un autodidacte de l'art »**. Pour un projet sur l'île de La Réunion, il a créé un escalier en verre, débouchant sur une passerelle, elle aussi en verre, de 20 mètres, entourant une cage d'ascenseur vitrée, l'ensemble étant tenu par des câbles fixés au plafond.

Pour des bureaux à Paris, il a créé deux escaliers en colimaçon en résine blanche, autour de vis d'une extrême finesse – dignes descendants contemporains des escaliers médiévaux. Parfois moins spectaculaires mais toujours très élégants, des escaliers signés Marczak se trouvent dans de belles demeures de la région. Bientôt un colimaçon en acier sur deux niveaux sera posé sur le site de l'ancien hôpital de Montbéliard. **Et comme l'esprit créatif du fondateur de BCD ne se limite pas à des escaliers, il sait aussi imaginer d'autres objets, à l'image de ce lustre géant qui illumine et décore une salle de spa des thermes de Nancy** (photos ci-dessous) : des tôles en aluminium cintrées assemblées pour former une grande fleur soutenant des colonnes en plexiglas translucide diffusant une lumière intense. **Il a fallu concevoir l'échafaudage nécessaire à son installation. Olivier Marczak n'a de limites que celles de son imagination.**



© O. Marczak



© O. Marczak

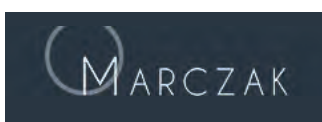


© O. Marczak



© O. Marczak

Contact



SOCIÉTÉ BCD

7 rue Jules Verne - 70400 Héricourt
Tel : 03 84 54 87 09 / 06 60 68 90 60
Mail : marczak.olivier@gmail.com

www.escalier-design.fr



De gauche à droite : Jean et Vianney Copleutre © Patrice Bouillot

LE LABOUREUR

Jean et Vianney Copleutre

Fabricant de vêtements de travail traditionnels haut de gamme, l'entreprise de Digoïn a entrepris une modernisation sans précédent, sous l'impulsion de ses nouveaux dirigeants.

De passage à La Samaritaine, regardez bien les vareuses que portent les quelque 200 personnels du grand magasin parisien. Ils sont signés Le Laboureur. Et si vous partez en vacances en Camargue, vous saurez que les tenues typiques que portent les gardians proviennent probablement de cette entreprise bourguignonne. **Une entreprise fondée en 1958 par Primo Zelanti, un colporteur venu d'Italie qui commença en vendant boutons et fils sur les marchés.** La Confection du Centre, d'abord implantée au centre-ville de Digoïn, fabriqua d'abord les tenues de travail des ouvriers de la forge de Gueugnon – cottes, blouses, pantalons... Elle connut un succès rapide, au point d'employer, dans les années 1980, près de 100 salariés.

Le fils du fondateur, Jean-Charles Zelanti, diversifia ensuite la production en lançant des collections de vêtements de travail « traditionnels », en velours ou en laine, respectant toujours les valeurs de la maison, devenue entretemps Le Laboureur : le made in France, la qualité, la robustesse. Pièce maîtresse du catalogue de la maison, le largeot est le pantalon de travail des charpentiers et des couvreurs avant tout, mais aussi des menuisiers.



© Le Laboureur



© Le Laboureur



© P. Bouillot



© Le Laboureur

Le dernier Amstrad de France !

La menuiserie, c'est précisément le métier de **Jean Copleutre, qui reprend l'entreprise avec son frère Vianney en 2019**. Les deux hommes créent, en 2012, dans leur ville d'Angers, un site internet spécialisé dans la vente de vêtements de travail traditionnels, Largeot & Coltin, dont Le Laboureur devient rapidement le premier fournisseur. **Quand Jean-Charles Zelanti se décide à vendre, les deux frères se lancent, avec une idée en tête : moderniser l'entreprise.** « Quand nous avons repris, il n'y avait pas un seul ordinateur connecté à Internet dans cette entreprise, ni même de souris, disquette ou encore clé USB, sourit Vianney Copleutre. Je peux même vous assurer que nous avons, en production, le dernier Amstrad de France encore en état de marche ! » Les repreneurs y vont doucement, pas question de bousculer la vieille maison qui emploie alors 17 personnes pour 1,7 million d'euros de chiffre d'affaires.



© Le Laboureur

À partir de 2020, ils numérisent progressivement le fonctionnement de la société, en commençant par la distribution, installant un outil comme on en trouve dans le e-commerce. **Ils déploient progressivement de nouvelles méthodes de travail,** investissent dans les 2 000 mètres carrés vieillissants – nouvelle toiture, éclairage led, machines actuelles – **et misent sur la formation des collaborateurs.** L'aventure entrepreneuriale n'est pas de tout repos, entre un conflit juridique, le départ à la retraite de collaborateurs clés et un violent orage de grêle... mais **les deux frères sont décidés à confirmer Le Laboureur comme une marque incontournable, plutôt positionnée haut de gamme, auprès d'une clientèle professionnelle exigeante.**



© P. Bouillot

Vingt recrutements en trois ans

Les efforts sont payants. **En 2022, Le Laboureur a réalisé un chiffre d'affaires de 2,6 millions d'euros**, dont 20 % à l'international – 10 % en Europe, 10 % au grand export. L'effectif est désormais de 30 personnes – il a fallu recruter 20 personnes en trois ans, et les former (en interne) aux métiers du textile. La boutique de Digoin voit défiler les acheteurs locaux, mais aussi les clients venus de plus loin, curieux de découvrir l'ancre de ces tenues de travail réputées pour leur qualité et leur solidité. « **L'accueil, le contact direct avec nos clients, cela reste essentiel, c'est dans l'ADN de l'entreprise** », souligne Vianney Copleutre, qui vient de recevoir, juste avant notre interview, un client norvégien venu tout exprès pendant ses vacances en France. Au-delà, Le Laboureur passe par des sites internet spécialisés, des revendeurs d'équipements de protection individuelle, quelques boutiques parisiennes ou lyonnaises qui font dans le « lifestyle workwear »... et compte sur la publicité que leur garantissent de grandes marques du luxe ou des apparitions au cinéma. « Notre principal problème aujourd'hui, c'est que nous n'arrivons pas à fournir ! **Nous avons des demandes pour des magasins à l'étranger, parfois 3 000 pièces, alors que nous ne pouvons en produire que 400 par semaine ici.** » Il va donc falloir investir, à terme au moins un million d'euros, et probablement créer une deuxième unité de production, peut-être en Anjou. Le Laboureur va encore grandir. En France. Et, promis, sans rien perdre de son âme.



© Le Laboureur



© Le Laboureur



© Le Laboureur

L'actualité

LABOUREUR

Depuis 2010, la marque Comme des Garçons (CDG) et Le Laboureur collaborent ensemble, en partenariat avec le styliste Junya Watanabe, pour concevoir des vestes de travail uniques. Le styliste japonais apporte sa vision artistique novatrice sur nos vestons traditionnels. Les couturières du Laboureur développent donc pour chaque partenariat de nouvelles compétences pour répondre aux exigences créatives de chaque collaboration.

Manufacture de confection Le Laboureur
6 bis rue des chantiers - 71160 Digoin

www.lalaboureur.com

Source actualité : www.lalaboureur.com/blog/

À l'origine d'une main d'œuvre de qualité

les formations techniques
en Bourgogne-Franche-Comté

Du secondaire au supérieur, du CAP au DN MADE des formations en phase avec les entreprises

En Bourgogne-Franche-Comté, étudiants et apprenants peuvent compter sur des formations riches ouvertes sur le monde de l'entreprise et centrées sur ses besoins.

Et cela commence dès l'enseignement secondaire, avec nombre de lycées offrant des formations techniques et professionnelles sur les savoir-faire d'excellence. Citons par exemple le lycée Edgar Faure à Morteau, à deux pas de la Suisse, spécialisé dans l'horlogerie et la joaillerie ; le lycée Jules Haag à Besançon proposant des formations sur les microtechniques et les techniques d'usinage ; le lycée Victor Bérard à Morez dans le Jura, labellisé « Lycée des métiers de l'optique et des microtechniques » ; ou encore le lycée Henry Moisan à Longchamp en Côte-d'Or, labellisé « Lycée des Métiers de la céramique » et « Excellence des Métiers d'Art », le lycée Pierre Vernotte à Moirans-en-Montagne référence nationale pour les arts du bois...

Quittant les portes des lycées, les formations supérieures se déclinent sur le territoire bourguignon-franc-comtois, avec toujours pour mots d'ordre la synergie entre formation, recherche et entreprise et le travail en réseau.

ÉCOLE HORLOGÈRE DE DELLE SUD TERRITOIRE

Zoom sur

Le GRETA-CFA Haute-Saône & Nord Franche-Comté (HSNFC) a inauguré le 14 avril 2023 l'ouverture de l'École Horlogère de DELLE SUD TERRITOIRE dans les locaux du lycée Jules Ferry de Delle.

Le Greta HSNFC accompagne depuis déjà dix ans des adultes en CAP horloger dans le cadre de la formation continue. À la fin de l'année 2023 et dans la continuité de cette formation en CAP, le lycée Jules Ferry accueillera une nouvelle **formation pour adultes dans le domaine de l'horlogerie, qui délivrera le brevet des métiers d'art (BMA) en horlogerie.**

Le lycée a lancé une campagne de rénovation de ses équipements pour l'occasion et bénéficie d'une équipe de formateurs chevronnés et passionnés, avec des professionnels du secteur qui interviennent régulièrement pour présenter le métier et leur entreprise.

Cette formation, tout en élevant le niveau de qualification des apprenants et en leur ouvrant de nouvelles portes, répond au besoin de main d'œuvre croissant des entreprises de l'horlogerie historiquement implantées dans l'Arc jurassien et en Suisse. Les candidats admis en CAP jouissent ces dernières années d'un taux de réussite très élevé ainsi que d'un fort taux d'insertion professionnelle.

www.greta-franche-comte.fr/formation/cap-horlogerie

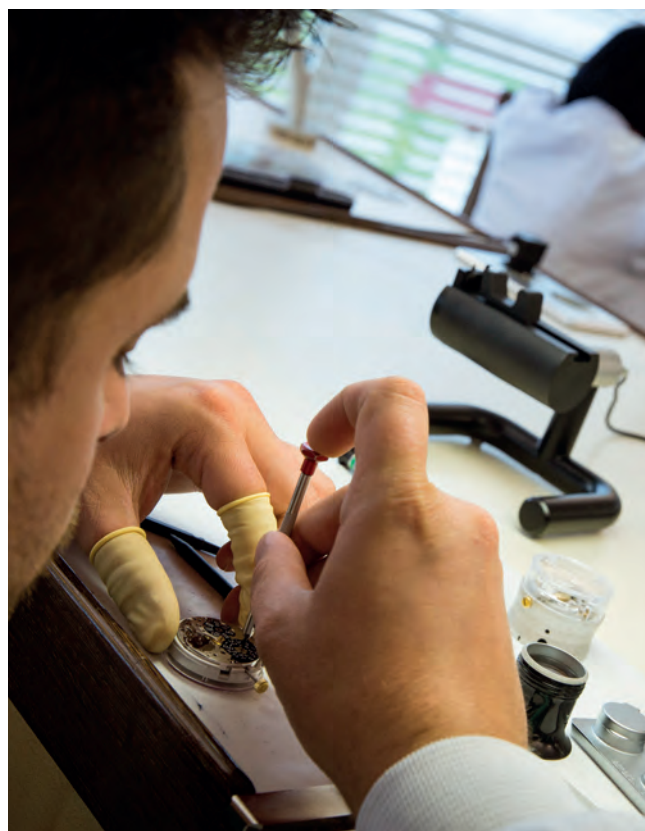


Image d'illustration : Pequignet Horlogerie © L. Cheviet

CAMPUS DES MÉTIERS ET DES QUALIFICATIONS

La Bourgogne-Franche-Comté compte 3 Campus des Métiers et des Qualifications, liés aux préoccupations des acteurs de l'écosystème luxe et savoir-faire d'exception.

Le Campus des Métiers et des Qualifications de la maroquinerie et des métiers d'art (MMA)

Le CMQ MMA fédère les acteurs de la maroquinerie et de l'art pour maintenir un haut niveau de qualification des apprenants et lancer des projets afin de valoriser et faire évoluer les savoir-faire locaux au niveau national voire international. Depuis 2019, il anime le label « Excellence Métiers d'Art » qui récompense les établissements se distinguant par une offre de formation d'excellence dans les domaines de l'art, de l'artisanat et du design. Parmi les nombreux secteurs professionnels couverts par les formations du réseau du campus, mentionnons la sellerie, les métiers de la mode, la bijouterie, la joaillerie, l'horlogerie, l'ébénisterie, le design, la restauration de meubles, la céramique, les métiers du bois, de la pierre et du métal, la tapisserie, la gravure, la ciselure... et tant d'autres !

www.cmq-mma-bfc.fr/metiers-formations

Le label Campus des Métiers et des Qualifications (CMQ) a été créé par le ministère de l'Éducation Nationale en 2014 et co-porté par les Rectorats et Régions. Ouverts sur leur environnement, ces dispositifs permettent de construire des parcours de formation favorisant l'insertion sociale et professionnelle des jeunes mais aussi la formation continue des adultes, tout en contribuant à la dynamique économique régionale, en répondant aux besoins en formation des acteurs économiques du territoire.

Les Campus des métiers et des qualifications regroupent de nombreux acteurs : ceux de la formation initiale et continue, les collectivités territoriales, les organismes professionnels, les structures de l'emploi, les pôles de compétitivités, les centres techniques industriels (CTI), le monde économique, les territoires d'industries... Des partenaires que les CMQ embarquent dans des projets pour soutenir le développement d'une filière porteuse d'avenir, maintenir les compétences dans un territoire et améliorer l'excellence de la formation.

Le Campus des Métiers et des Qualifications des microtechniques et des systèmes intelligents (MSI)

Labellisé en février 2017 et opérationnel depuis janvier 2018, le CMQ MSI est situé à Besançon, au coeur de l'École Nationale Supérieure de Mécanique et Microtechniques Supmicrotech (Supmicrotech-ENSMM, lire page suivante). À travers son offre de formations et son réseau d'acteurs et partenaires, le CMQ MSI, permet aux apprenants de faire face aux défis et enjeux actuels et futurs :

- la tendance mondiale à la miniaturisation et à « l'intelligent » avec la prise en compte des enjeux sociétaux comme le développement durable et la mixité des métiers
- la concurrence mondiale, la capacité de déployer une industrie « agile » pour se préparer aux avancées de l'Industrie 4.0.

www.msi.cmq-bfc.org

Le Campus des Métiers et des Qualifications de l'alimentation, du goût et du tourisme

Ce campus réunit les acteurs de la formation initiale et continue et les entreprises dans les secteurs d'activités suivants : hôtellerie-restauration, tourisme, production agricole, agroalimentaire et métiers de bouche. Labellisé par 3 ministères, il travaille autour de cinq axes qui contribuent à maintenir et dynamiser la filière :

- Anticiper l'impact des mutations économiques, techniques et réglementaires sur l'évolution des compétences ;
- Faire évoluer les représentations pour renforcer l'attractivité des métiers ;
- Contribuer à l'évolution de l'offre de formation et sécuriser la poursuite de parcours de formation ;
- Favoriser les mobilités des jeunes à l'international ;
- Animer les relations entre les communautés éducatives / formatives et le monde professionnel.

www.creativ21.fr/campus/a-propos-du-campus



La voie des talents 2022
© CMQ Alimentation-Goût-Tourisme

SUPMICROTECH-ENSMM

Supmicrotech-ENSMM est le nouveau nom de l'École nationale supérieure de mécanique et des microtechniques de Besançon depuis le 14 avril 2022. Un nom ayant vocation à incarner le leadership de l'école à l'international, comme l'affirme Pascal Vairac, son directeur depuis 2019. Tous les élèves sont d'ailleurs encouragés à effectuer une mobilité à l'international d'au moins trois mois pour rester ouverts sur le monde.

Offrant une large gamme de formations, initiales ou continues, ainsi que des parcours par apprentissage, Supmicrotech tisse des partenariats avec les entreprises (TPE-PME) et bénéficie de l'implantation de l'un des plus grands laboratoires publics français en sciences de l'ingénieur : FEMTO-ST ([lire en page 40](#)). La philosophie de l'École qui encourage la créativité de ses élèves grâce à une approche pédagogique axée sur l'apprentissage par projets leur permet de répondre aux problématiques industrielles et de toucher à tout : secteurs du transport, dont l'aéronautique et l'automobile, domaines du luxe et de la précision, de l'instrumentation ou encore de la santé.

Et l'École est sans cesse en train de renouveler ses offres de formation. Récemment, en septembre 2021, pour répondre au besoin formulé par le Campus des métiers et des qualifications (CMQ), elle a ouvert la 1^{re} licence professionnelle « Industrie du cuir et de la mode ». Une école en phase avec l'activité économique de sa région a résolument de beaux jours devant elle !

www.supmicrotech.fr



© Supmicrotech-ENSMM

CAMPUS ARTS ET MÉTIERS DE CLUNY

C'est dans la célèbre Abbaye de Cluny, fondée en 910, que s'est installé depuis 1901 le campus Arts et Métiers, à une époque où sidérurgie, métallurgie, forges et fonderies jouent un rôle essentiel dans la croissance économique de la région. Depuis 2019, la mention « sciences et technologies » s'est ajoutée à cette école d'excellence qui accompagne les mutations technologiques depuis plus de 120 ans, de l'apparition de l'électricité à la révolution numérique.

S'inscrivant dans le réseau des 8 campus et 3 instituts de formation, de recherche et d'innovation Arts et Métiers, le campus clunisois développe des activités d'enseignement et de recherche sur trois axes principaux : bois et construction durable ; connaissance et propriété des matériaux ; usinage du métal.



Cluny, labo bois © ENSAM-Stefan Meyer

Grâce à une offre de formation riche (en apprentissage sur trois ans, en master ou en formation continue) et à l'appui de deux laboratoires de recherche (LABOMAP, Laboratoire matériaux et procédés et LISPEN, Laboratoire d'ingénierie des systèmes physiques et numériques) qui assurent des activités de recherche en partenariat avec les industriels, l'École est en mesure d'apporter des réponses aux entreprises de sa zone d'influence et d'accompagner la création de startups.

Et ce ne sont pas les élèves qui diront le contraire : plus de la moitié des diplômés du Programme Grande École signent leur premier contrat avant leur sortie de l'École et la quasi-totalité dans les quatre mois qui suivent.

www.artsetmetiers.fr/fr/campus/cluny

CENTRE INTERNATIONAL DE FORMATION AUX MÉTIERS D'ART ET DE LA CÉRAMIQUE - CNIFOP

L'EMA-CNIFOP Centre international de formation aux métiers d'art et de la céramique situé à Saint-Amand-en-Puisaye (58), est un organisme de formation agréé sous statut associatif. Créé depuis 1976, ce centre ouvre son savoir-faire à un public de professionnels ou en passe de le devenir. Chacun à son niveau, soit par le biais de formations diplômantes ou de stages hautement spécialisés, apprend à combiner la terre, l'eau et le feu. Sans cesse en recherche d'innovation, l'EMA-CNIFOP, pôle d'excellence, développe son offre de formation chaque année, explorant d'autres champs : présentation et mise en valeur des pièces, acquisition de techniques.

www.cnifop.com



Image d'illustration : Faïencerie Georges © ERE

ACADÉMIE DU CUIR

L'académie du cuir regroupe 3 établissements de formation des métiers du cuir et du design :

- Le Lycée Les Huisselets à Montbéliard (25), qui propose toute une gamme de formations allant du CAP, Bac Pro jusqu'à la licence professionnelle, pour les métiers du cuir ainsi que des formations dédiées à la bijouterie-joaillerie option polissage, niveaux CAP et BMA.
- Le CFA du Pays de Montbéliard à Béthoncourt (25), et plus particulièrement l'École Boudard, qui forme les meilleures « mains » de la Sellerie Maroquinerie d'Art.
- L'Université de Technologie de Belfort-Montbéliard (UTBM), qui propose un Diplôme d'Ingénieur en Mécanique et Ergonomie (DIME).

L'académie du cuir met à disposition des apprenants et des entreprises, une plateforme qui permet des concevoir et réaliser des prototypes, et aide à mettre en œuvre des processus d'industrialisations dans les domaines de la maroquinerie, de la sellerie et des industries du luxe associées.



© Pixelshot / Shutterstock

> Lycée Les Huisselets

www.leshuisselets.com/metiers-du-cuir

> CFA Pays de Montbéliard

www.cfa-montbeliard.eu/formations/ecole-boudard-pole-cuir/

> UTBM

www.utbm.fr/formations/ingenieur/ergonomie-design-ingenierie-mecanique/#descriptif-edim

BURGUNDY SCHOOL OF BUSINESS - BSB

Grande école de management accréditée AACSB et EQUIS, 2 formations spécifiques au luxe y sont dispensées :

• Bachelor marketing de luxe

Une formation internationale aux métiers du marketing, de la gestion et du management commercial spécifiquement adaptée aux codes de l'industrie du luxe.

• Master in fashion & luxury

Ce master se fait en partenariat avec la LUISS Business School de Rome, et est l'un des plus réputés du secteur à l'échelle internationale.

Via l'école des vins et spiritueux, BSB est également la toute première institution internationale dédiée à la formation et à la recherche en gestion des vins et spiritueux.

www.bsb-education.com

BSB
BURGUNDY SCHOOL OF BUSINESS

**We believe
in youTH**

Reportage

Par Patrice Bouillot



Atelier Marotte et portrait de Damien Marotte (ci-dessous)
© Stéphane Godin

MAROTTE

Damien Marotte

Entre Lons-le-Saunier et Poligny, Marotte porte haut un savoir-faire typiquement jurassien : la tabletterie. Ses boîtes en bois sublimeront bouteilles de champagne ou de cognac, montres, bijoux, cigares... Tout en prenant grand soin de l'environnement. Le luxe, oui, mais le luxe durable !

Damien Marotte, qui a repris les rênes avec son frère Xavier depuis 2011, entend bien que **cette quatrième génération à la tête de l'entreprise familiale soit celle de la responsabilité environnementale**. Pas étonnant, donc, qu'un des investissements majeurs récemment consentis ait été consacré à une **nouvelle chaufferie biomasse dotée d'un filtre ultra-performant qui garantit que les rejets dans l'atmosphère sont dix fois en-dessous des normes les plus exigeantes**. Cette chaufferie, qui remplace une ancienne installation datant de 1990, est **approvisionnée par les poussières et les copeaux de bois de l'usine**.



© S. Godin

Un fonctionnement en autonomie complète qui permet à Marotte de mieux supporter la flambée des prix de l'énergie. **Au registre de l'engagement écologique, Damien Marotte se réjouit du partenariat qu'il a engagé avec la société Tridoo Solutions Déchets,** basée tout près, à L'Hôpital-du-Grosbois. « Cette entreprise a conçu un système de collecte des déchets dans des conteneurs compartimentés. Cela fonctionne très bien et est tout à fait adapté aux besoins d'une entreprise comme la nôtre. » **On trie donc, chez Marotte, et on veille aussi à faire travailler le tissu économique de la région :** « La quasi-totalité du bois que nous achetons est issue de la région : épicéa du Jura, hêtre, peuplier et chêne de Bourgogne-Franche-Comté », souligne Damien Marotte.

Un pourcentage minime provient de pays lointains, pour répondre à la demande de certains clients qui ne jurent que par les bois exotiques – mais Damien Marotte a entrepris de les convaincre que les bois français pourraient avantageusement les remplacer. Marotte achète chaque année environ 1 500 mètres cubes auprès de scieries locales, qui lui fournissent le bois à l'état de planches, qui est ensuite séché puis débité en interne.

« C'est l'une de nos caractéristiques : nous avons fait le choix d'intégrer tout notre processus, du séchage jusqu'au marquage. »



© S. Godin



© S. Godin



© S. Godin

De ces bois de la région, Marotte fait des emballages haut de gamme qui, demain, enfermeront de belles bouteilles de vin ou de champagne, des spiritueux, des bijoux, des montres, des cigares, des jeux, des chocolats pourquoi pas. L'entreprise basée à Passenans fabrique également des jouets en bois – notamment des quilles pour une célèbre enseigne sportive – ainsi que des composants pour l'industrie. **Elle est l'une des dernières entreprises à porter haut un savoir-faire typique du Jura : la tabletterie.** La fabrication de coffrets mais aussi de petits objets en bois, notamment des jouets, fait bien partie de l'histoire économique du territoire. Marotte incarne cette tradition : elle est le fruit de la réunion, en 1952, sous l'égide du grand-père des actuels dirigeants, des deux entreprises, créées en 1923 et en 1933 par leurs arrière-grands-pères ; leur père reprit le flambeau en 1976, et le leur transmet 35 ans plus tard. Dans les années 1980-90, l'entreprise a beaucoup travaillé pour l'industrie du tabac. **Les deux frères ont entrepris un virage stratégique dans les années 2010, réorientant l'activité vers le coffret haut de gamme. Avec succès : le chiffre d'affaires (4,5 millions d'euros en 2022) a doublé en dix ans, il est réalisé à plus de 30 % avec le monde du vin et des spiritueux, les cigares ne pesant plus que 4 %. Le savoir-faire jurassien est reconnu dans le monde entier : l'export pèse 25 à 30 % du chiffre d'affaires.**

Pour assurer la production, il faut maintenir un effectif de 48 salariés : cinq recrutements sont en cours, sur des profils de menuisier ébéniste. Les nouvelles recrues devront suivre une formation en interne car le métier de tabletier ne s'apprend dans aucune école.

À leur entrée chez Marotte, les nouveaux venus passent donc trois mois sur des plateaux techniques, à Moirans et à Mouchard, dans le cadre d'un partenariat entre l'entreprise, Pôle emploi et le Greta. « Nous avons le projet de faire de ce parcours une formation qualifiante », indique Damien Marotte, qui souligne l'importance d'un management participatif reposant sur l'écoute, l'expérimentation, l'amélioration continue... et la convivialité, à travers par exemple des petits-déjeuners mensuels réunissant toute l'équipe.

Indispensable, car le métier a bien changé et continue d'évoluer. Si certaines tâches ne peuvent être automatisées, l'entreprise s'est dotée de machines à commande numérique et de 4 cobots (robots collaboratifs). Pour acheter ces outils, construire un nouveau bâtiment de production de 2 600 mètres carrés et la nouvelle chaufferie, restructurer le bâtiment historique, agrandir le tout pour atteindre 6 000 mètres carrés, Marotte a dû investir 5,5 millions d'euros, avec l'appui de France Relance, de l'Ademe, du Feder, de la Région et de la Communauté de Communes Bresse Haute Seille. **Dans cette entreprise où l'écoconception est devenue la règle, la nouvelle machine dédiée aux finitions utilise des vernis uniques, créés sur la base de recettes ancestrales, ce qui a permis de réduire de 80 à 5 litres par jour la quantité de solvants nécessaires. Le luxe donc, mais le luxe durable.**



© S. Godin



© S. Godin



© S. Godin

Contact



MAROTTE

250 rue du Savagnin - 39230 Passenans

Tel : 03 84 85 22 10

www.marotte.com



GROUPE CRÉATIONS PERRIN

Ange Alez-Martin et Éric Anthonioz

Ange Alez-Martin (à gauche) et Éric Anthonioz, respectivement président et directeur général du groupe Créations Perrin
© P. Bouillot

Entreprise du patrimoine vivant, le Groupe Créations Perrin s'est taillé une réputation internationale dans la conception et la fabrication de bracelets de montre haut de gamme, entre France et Suisse. Il se diversifie, depuis quelques années, dans la petite maroquinerie.

L'histoire remonte à... 1869. Cette année-là, Samuel Schweizer crée, au Locle, en Suisse, un atelier de reliure. Alors que l'horlogerie connaît une véritable révolution – la montre portée au bracelet va s'imposer face au gousset –, il s'associe quelques années plus tard avec Édouard Schoepf. La manufacture, devenue Schweizer & Schoepf, s'implante à La Chaux-de-Fonds pour se spécialiser dans le bracelet de montre. En 1984, dans la ville picarde de Tergnier, le maître sellier Jean-Claude Perrin fonde sa fabrique de bracelets en cuir pour montres haut de gamme. Quelques péripéties plus tard, la rencontre se produit : les deux entreprises se rapprochent et finissent par constituer le Groupe Créations Perrin.



© Créations Perrin

Un groupe qui emploie aujourd'hui 210 personnes sur quatre sites – son siège situé à Orchamps-Vennes (Doubs), La Chaux-de-Fonds (Suisse), Tergnier (Somme) et le petit dernier, Allenjoie, dans le Pays de Montbéliard. L'aventure de la délocalisation, menée un temps en Chine, a fait long feu : **la production est désormais, à nouveau, entièrement assurée en France et en Suisse.**

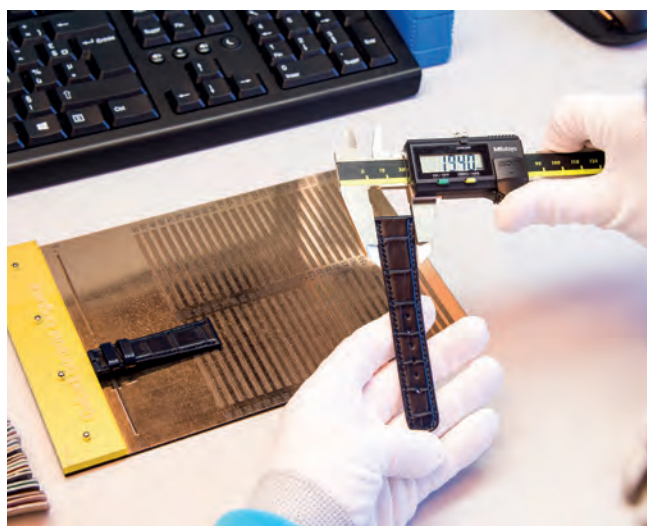
Groupe Créations Perrin réalise un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros grâce à deux métiers : le bracelet de montre et la petite maroquinerie. Et à sa tête, deux hommes, tous deux issus du monde de l'industrie, tombés amoureux de cette société labellisée Entreprise du patrimoine vivant. Ange Alez-Martin se souvient de sa première visite, en 2000 : « Il était 19h30, les locaux étaient vides, j'ai eu un vrai coup de cœur ». Embauché comme directeur général, cet ancien métallurgiste a pour première mission de redresser une situation difficile. Il embauche Éric Anthonioz comme directeur commercial en 2007. En 2012, il rachète l'ensemble, et nomme Éric Anthonioz directeur général.



© Créations Perrin



© Créations Perrin



© Créations Perrin

Alligator, veau mais aussi python, requin ou autruche

Le bracelet de montre reste le cœur de métier du groupe. « Nous créons les plus beaux bracelets du monde ! », résume Ange Alez-Martin. Une boutade ? Pas sûr. « Dans l'entreprise, on dit les choses ainsi quand on voit un bracelet de montre venu d'ailleurs : "Ce n'est pas un mauvais bracelet, ce n'est pas un bracelet Perrin" », ajoute Éric Anthonioz en souriant. **Dans les ateliers qui sentent bon le cuir, la visite commence par les stocks, spectaculaires : l'alligator venu des États-Unis et le veau (européen) fournissent l'essentiel de la matière première**, mais on ne s'interdit pas le python, le lézard tégu, l'autruche, des poissons – requin, esturgeon, perche du Nil –, et pourquoi pas la queue de castor.

La créativité n'a pas de limite. Des synthétiques et des tissus entrent également dans la production des bracelets : satins, Cordura, fibre de maïs, produits Seaqual composés d'un tiers de plastiques récupérés dans les océans... « Nous sommes toujours en veille sur les matières proposées sur le marché, explique Ange Alez-Martin. Deux fois par an, nous allons au Lineapelle, le salon international du cuir à Milan. C'est le lieu idéal pour **découvrir de nouveaux produits et être à l'écoute du marché**, alors que les goûts et les exigences des clients évoluent sur tout ce qui touche aux animaux, au bio... Et nous travaillons avec le Centre technique du cuir, à Lyon, pour identifier les tendances à venir. »

Les matières premières passent par le laboratoire maison, pour vérifier leur qualité et notamment leur qualité sanitaire – hors de question qu’ils contiennent des produits allergènes pour la peau. Les cuirs sont tannés, assouplis, mais l’important est qu’ils gardent leur aspect naturel : « Le cuir, c’est une histoire que l’on raconte, il provient d’un animal, d’une région du monde, et il finit au poignet de notre client final, en contact avec sa peau ».

« **Nous proposons aux horlogers des créations correspondant à leurs têtes de montre, que ce soit dans la matière, la couleur, la finition...** », explique Éric Anthonioz en ouvrant un book où se déclinent quelques-unes des propositions du moment.

L’explosion de la petite maroquinerie

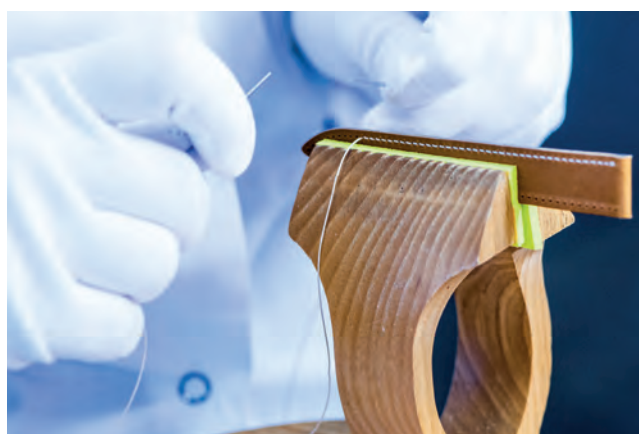
Si Créations Perrin reste fortement positionné sur le bracelet de montre, le groupe s’est par ailleurs lancé, depuis 2013, dans la petite maroquinerie. « La demande était forte, notamment de la part de nos clients, explique Ange Alez-Martin. Nous avons travaillé pendant 18 mois sur le lancement de cette nouvelle activité. »

Initialement implantée à Bart, elle s’est ensuite déployée à Allenjoie, où elle emploie déjà 80 personnes.

« **La demande est très forte, souligne Éric Anthonioz. Nous avons prévu de recruter 30 personnes par an à Allenjoie, 15 et bientôt 30 également à Tergnier, et ainsi de croître raisonnablement pour atteindre probablement 250 salariés sur la seule activité de maroquinerie à l’horizon 2027.** » La difficulté reste de trouver des candidats et de les former : Pôle emploi est un partenaire incontournable, ainsi que la Région, pour le financement de la formation. Il faudra ensuite trouver de nouveaux locaux car ceux d’Allenjoie vont rapidement être trop petits. Groupe Créations Perrin n’a pas fini de grandir.



© Créations Perrin



© Créations Perrin

L'actualité



Au printemps 2023, le **Groupe Créations Perrin** a rejoint la communauté du Coq Vert.

Lancée par BpiFrance en partenariat avec l’ADEME et le Ministère de la transition écologique, la Communauté du Coq Vert est une communauté de dirigeants et de dirigeantes convaincus de la nécessité d’agir et déjà engagés dans la transition écologique et énergétique. Elle a vocation à favoriser le partage d’expertise entre entrepreneurs engagés.

GROUPE CRÉATIONS PERRIN

3 chemin du Cerf - 25390 Orchamps-Vennes

Tel : 03 81 43 65 65

www.groupe-creations-perrin.fr

De l'idée à la réalisation

Recherche & innovation
en Bourgogne-Franche-Comté

Quel rôle pour la recherche ?

Une fois l'idée d'un nouveau produit émergée, il faut passer à l'étape de la conceptualisation.

C'est là que les laboratoires et plateformes technologiques entrent en scène : de la formulation de nouveaux procédés à leur industrialisation, laboratoires et plateformes technologiques s'attachent à répondre aux problématiques de production des entreprises.

En Bourgogne-Franche-Comté, les laboratoires (ou unités de recherche) travaillent sur des thématiques variées et sont composés d'équipes de chercheurs axées sur des problématiques souvent voisines et complémentaires. Ces chercheurs sont affiliés soit à un établissement d'enseignement supérieur (université, écoles nationales supérieures..) soit à un organisme de recherche scientifique (CNRS, INRAE, INSERM..).

Ainsi, entreprises, laboratoires de recherche et plateformes technologiques forment un écosystème cohérent qui travaille main dans la main pour améliorer sans cesse l'excellence des savoir-faire du territoire.

Laboratoires

LABORATOIRE FEMTO-ST

La spécificité de FEMTO-ST est d'associer les sciences et technologies de l'information et de la communication (STIC) avec les sciences pour l'ingénieur (SPI). Son champ thématique couvre l'optique, l'acoustique, les micro-nanosciences et systèmes, le temps-fréquence, l'automatique, l'informatique, la mécatronique, en même temps que la mécanique et les matériaux, l'énergétique et le génie électrique.

Micro D2 est un projet du département de mécanique appliquée, dédié à l'horlogerie, qui a abouti à la mise au point d'un procédé de décolletage de métaux durs.

www.femto-st.fr

OBSERVATOIRE DE BESANÇON

L'Observatoire de Besançon est un des 3 organismes au monde à être habilité à délivrer à une montre le titre de chronomètre mécanique. Le titre délivré par l'Observatoire de Besançon porte le nom de *Poinçon de la Vipère*.

www.theta.obs-besancon.fr

INSTITUT UTINAM UMR 6213

Utinam est connu comme l'un des laboratoires français de pointe pour tout ce qui touche à la réactivité des surfaces. Le champ de recherche consiste à étudier les mécanismes fondamentaux d'élaboration et de fonctionnalisation de couches minces, en mettant l'accent sur des procédés spécialisés et novateurs.

Le laboratoire a mis au point des traitements de surfaces et des couleurs spécifiques destinées aux pièces de bijouterie de sac.

www.utinam.cnrs.fr

LERMPS

De nombreuses recherches développées au sein du Laboratoire d'Études et de Recherche sur les Matériaux, les Procédés et les Surfaces (LERMPS) sont aujourd'hui appliquées directement dans l'industrie du luxe : la métallurgie et conception des poudres par différentes technologies (atomisation, agglomération, synthèse) et la réalisation de pièces massives par les procédés de compaction et de fabrication additive. Le LERMPS met à la disposition de ses partenaires ses moyens et ses savoir-faire dans le cas de prestations industrielles ou de caractérisation. **Le LERMPS est une équipe de l'axe Procédés Métallurgiques, Durabilité, Matériaux (PMDM) du laboratoire Interdisciplinaire Carnot de Bourgogne (ICB).**

www.lermps.utbm.fr

ICB

L'ICB (Laboratoire Interdisciplinaire Carnot de Bourgogne) est une Unité Mixte de Recherche CNRS-UBFC comptant plus de 300 membres, dont des physiciens, chimistes, ingénieurs, techniciens, des doctorants et des post-doctorants implantés en Bourgogne-Franche-Comté. Il développe des activités de recherche dans les technologies et les matériaux du futur pour la mise au point d'applications dans l'industrie, et notamment celle du luxe. Grâce à l'appui de 5 plateformes technologiques, l'ICB contribue au développement économique des entreprises de la région et au-delà, au niveau national et international.

Sintermat, spin-off du laboratoire, industrialise un procédé innovant issu de la métallurgie des poudres et des matériaux augmentés possédant des propriétés inédites et des performances exceptionnelles

www.icb.u-bourgogne.fr
www.sinter-mat.com



© FEMTO

MIFHYSTO
> **Plateforme située au laboratoire FEMTO-ST**
Développe de nouvelles technologies de micro-fabrication mécanique, de fonctionnalisation de surface et d'hybridation avec des procédés de type salle blanche pour la réalisation de composants dont les dimensions ou les détails caractéristiques se situent à l'échelle submillimétrique.

MIMENTO
> **Plateforme située au laboratoire FEMTO-ST**
Centrale de référence en Micro-Nano-Optique, Micro-Nano-Acoustique, Microsystèmes Opto-Électro-Mécaniques-MOEMS et Micro-Robotique.

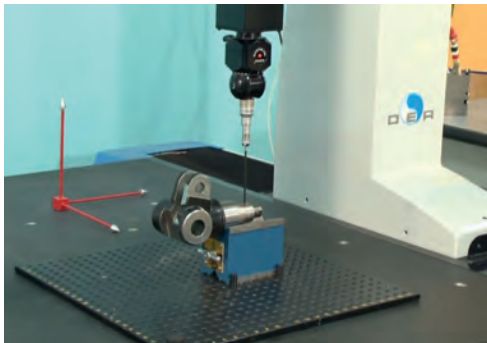
www.femto-st.fr/fr/Plateformes-technologiques/autres-plateformes



© asharkyu / Shutterstock

DISO / SOLUTIONS OPTIQUES
DISO réalise des prestations pour différents secteurs d'activité industriels ou scientifiques : études d'optique et de photonique, bancs de caractérisation et de contrôle de systèmes optiques et photoniques, prototypes de systèmes opto-électroniques-mécaniques.

> **Lycée V. Bérard**
www.lyceemorez.fr/transfert-technologique



© PFT Usinage Grande Vitesse

MICROTECHNIQUE - PROTOTYPAGE
La PFT microtechniques-prototypage réalise des prototypes de haute précision en microtechniques. Elle apporte son expertise en micro-moulage, microfabrication, usinage de précision, découpe laser. Elle conçoit, développe et contribue à l'industrialisation intégrée des modules et des microsystèmes micromécaniques et/ou microélectroniques.

> **Lycée E. Faure / Lycée J. HAAG**
www.lycee-morteau.org/la-plateforme-technologique



Illustration : Tonnellerie François Frères © L. Cheviet

USINAGE GRANDE VITESSE
UGV contribue au développement et à la diffusion de la technologie de production de la mécanique dans le domaine de l'usinage grande vitesse et la métrologie 3D en réalisant des prototypes et des petites séries, en optimisant les conditions de coupe et de choix d'outils, en élaborant des programme FAO en fraisage. Elle réalise aussi du contrôle tridimensionnel avec ou sans définition numérique. Elle propose des formations à l'usinage grande vitesse et à la fabrication assistée par ordinateur. Elle met en œuvre une machine UGV 5 et 7 axes.

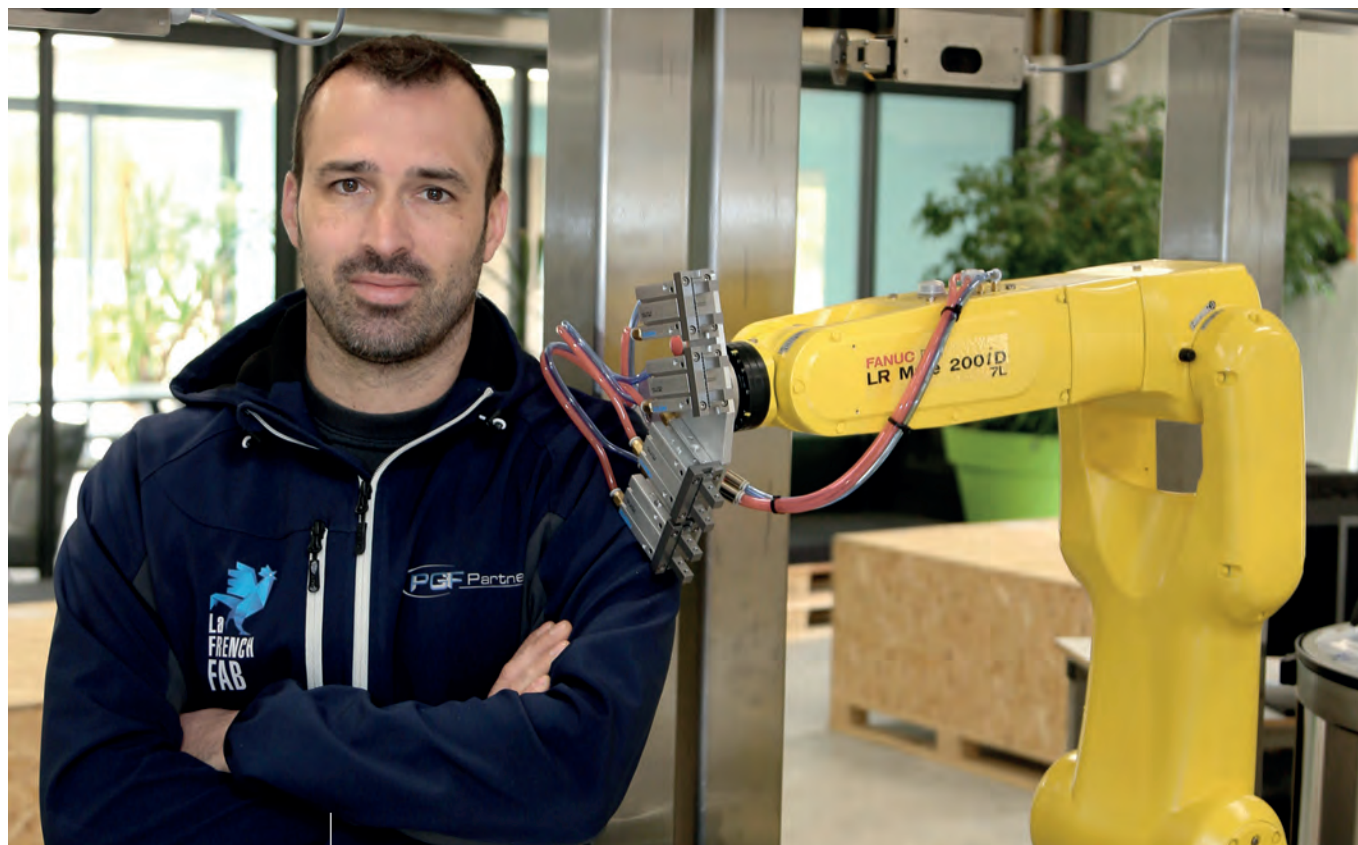
> **Lycée E. Belin**
www.lycee-belin.fr

TECBOIS
La PFT Tecbois développe, réalise des produits et process pour le bois, les matériaux tendres et les résines de synthèse. Pour cela, elle s'appuie sur des plateaux techniques performants (usinages 5 axes, laser, presse à membrane, scan 3D...) et sur une expertise en CAO, FAO. Son laboratoire permet la réalisation de tests mécaniques (standards ou à façon : banc de flexion 10 T...) et de vieillissement accéléré.

>**Lycée du bois de Mouchard**
www.lycee-du-bois.com/tecbois

Reportage

Par Emmanuel Robert-Espalieu



Aymeric Terre, dirigeant de PGF Partner / INEOV © ERE

PGF PARTNER / INEOV

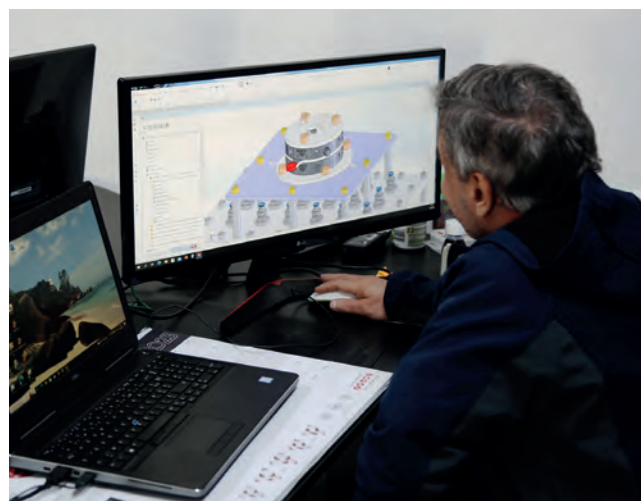
Aymeric Terre

Le cadre pourrait faire penser au campus d'une université américaine ou d'une start-up de la Silicon Valley. Bâtiments d'allure sobre et élégante, mêlant la pierre, le métal et le bois, jardin dessiné avec un plan d'eau bordé d'oliviers, et à l'entrée une gracieuse demeure XIX^e qui impressionne le visiteur. Loin des contrées outre-Atlantique, la société PGF-Partner / Ineov se situe en pleine Bourgogne à L'Isle-sur-Serein dans l'Yonne, et est dirigée par Aymeric Terre. Un nom de famille de prédilection pour un homme aussi tonique qu'il est d'humeur impatiente, deux caractéristiques qu'il a su transformer en qualités pour faire avancer sa société.

Terre, comme celle où il est né et sur laquelle il a construit son entreprise, idéalement placée entre Paris et Lyon, avec l'autoroute et la gare TGV de Montbard à côté.

Terre, sur laquelle il tient bien debout pour pouvoir regarder vers l'horizon sans craindre de faillir.

Terre, sa région, la Bourgogne, qui transpire dans la musicalité de sa voix et son tempérament trempé derrière lequel se tapit une empathie empreinte de générosité.



© ERE



© ERE

Il suffit pour cela de se balader dans les 4 000 m² de bâtiments pour s'en rendre compte. Du bureau d'études, où des dessinateurs des quatre coins du monde travaillent, à l'atelier d'usinage, d'électricité, ou encore plus grand, celui du montage des machines, ici tout le monde se tutoie et la musique pop, rap ou électro motive l'ambiance studieuse de ces jeunes, une trentaine d'années en moyenne, à l'attitude décontractée. Sans oublier un petit garçon, son fils, qui court d'un coin à l'autre dans l'entreprise comme sur un terrain de jeu, à la recherche de pièces pour une cabane qu'il construit dehors. Le père, toujours habillé pour le travail, lui aussi va et vient, et ne semble pas prêt pour la retraite passive. De quoi braquer un dirigeant du passé. Et pourtant les résultats sont là.

Depuis que Aymeric a racheté la société PGF en 2001, alors spécialisée dans l'achat-revente, avec l'aide de son père qui travaillait lui-même dans la fabrication de machines, il est progressivement passé de 550 000 euros de chiffre d'affaires à 3 millions aujourd'hui, avec une douzaine de salariés. Terre, et esprit « terre à terre » caractérisent cet homme qui a un projet, veut innover, construire, mais n'en a pas forcément les bagages. **Diplômé de force de vente, il prend chaque problème et les résout en trouvant le partenaire qui lui apportera le savoir-faire, la connaissance, le talent qui lui permettra de le résoudre : le bon roboticien, le bon électricien, automaticien, ou le bon mécano.**

Il apprendra à dompter les nouveaux outils pour l'usinage, le découpage, jusqu'à l'impression 3D. Son caractère imprime l'entreprise: indépendance, flexibilité, réactivité, et exigence deviennent ses maîtres-mots, sans oublier la convivialité.

Car si le confort et le bien-être des 12 salariés priment, quasiment aucun turn-over n'est à déclarer, **ce sont surtout les projets qui pérennisent les talents : comme la conceptualisation d'usine entière en full robotique.** Remplissage, rebouchage, étiquetage, étouillage, formeuse de carton et mise en palette, tout sera fait à terme sur une seule ligne, et de plus en plus vite.

Et c'est ça qui excite le jeune chef d'entreprise.

« Ce que j'aime, c'est quand quelqu'un m'apporte un flacon ou un bouchon et me demande ce qui n'a jamais été encore fait, parce que la bécane pour le faire n'existe pas encore ». Alors il grossit.

Accompagné par l'AER Bourgogne-Franche-Comté pour la partie montage financier, PGF a pu bénéficier notamment du soutien du fonds européen de développement régional (FEDER), lui permettant la construction d'un nouveau bâtiment, de l'autre côté du jardin, dans lequel il y aura un showroom, un bureau de R&D, et un atelier où les machines seront testées en réalité virtuelle 4.0 avec casques VR pour leur validation ergonomique.

En plus de l'agro et récemment des cigarettes électroniques, la société s'est implantée dans la filière du luxe (Chanel, L'Oréal, lampes Berger, entre autres), où les conditions de production et de validation sont exigeantes.



© ERE

© ERE



Mais **PGF / Ineov a un atout en main : ils sont les premiers à installer les convoyeurs magnétiques en cosmétologie**. Résultat, plus de frottement dans la circulation et une maniabilité individualisée de chaque unité produite. **Une machine livrée récemment à l'Oréal fabrique 200 flacons par minute, avec télémaintenance (bug, mise à jour, diagnostic), donc une réactivité immédiate en cas de problème, et une diminution des coûts de déplacement.**

Mais ça, c'est de l'acquis, et Aymeric regarde déjà plus loin devant : des machines à 4, 8, bientôt 12 robots, avec une souplesse accrue qui permettra d'atteindre la vitesse de 4 mètres par seconde selon l'étape de production, et une programmation par poste en 20 minutes selon la demande du client, et à distance. Tout cela avant une autre levée de fonds, à terme, à hauteur de 16 % pour élargir la capacité à créer en interne. **Car de nouveaux projets sont déjà en vue d'une valeur chacun de 2 à 3 millions** (contre 400 000 euros en moyenne pour les machines actuelles), et la perspective de sortie en 4 mois pour les petites machines, et 6 pour les grosses (contre 14 à 16 mois aujourd'hui) avec une production qui tendra vers l'export à 90 %. **Une progression qui ne tarit pas ! Mais Aymeric veut garder sous contrôle une taille d'entreprise qui lui permette de continuer à être flexible en termes de prix et d'adaptation.**

La concurrence est rude, une dizaine de concurrents aujourd'hui, et si certains, plus gros, regardent par-dessus son épaule, Aymeric s'en fiche. « Je m'ennuie assez vite et je ne veux pas reproduire la même machine indéfiniment ». Alors, loin de perdre du temps à essayer de protéger ce qui ne peut l'être, il est déjà ailleurs, sur un autre projet, une autre amélioration, et garde ainsi son coup d'avance dans sa manche. Car **travailler pour le luxe demande de s'adapter toujours à des normes bien au-dessus des normes européennes classiques. Si l'entreprise ne gagne pas beaucoup d'argent avec ces partenaires-là, sa réputation en bénéficie et l'exigence qu'elle met dans ses machines sera bien au-delà de celle attendue par les autres clients.**



© ERE

Et notamment aussi en termes d'environnement : des moteurs toujours moins gourmands en énergie, une consommation d'air comprimé contrôlée, des cartons recyclés, tout comme l'inox qui est trié, pas de chimie, un site sur zone protégée, aucun produit nocif, et une sous-traitance locale privilégiée pour un circuit court entre Auxerre, Joigny et Dijon pour la plus grande partie.

Une telle réussite n'étonne finalement pas tant. Aymeric est un passeur d'énergie. Tout comme son fils qui n'aura pas cessé d'aller et venir dans tous les sens, toujours à l'affût d'un conseil technique ou d'un outil. La relève est-elle déjà assurée ? Peut-être, mais lui aura le bagage technique nécessaire pour ne pas perdre de temps, comme Aymeric en a perdu parfois parce qu'il a dû apprendre en faisant. Ce qui ne l'a pas empêché de réussir. **Si la formation ne fait pas tout, le caractère et l'ambition étant aussi indispensables, elle reste essentielle.**

Contact



PGF PARTNER INEOV
6 rue de la Sablière - 89440 L'Isle-sur-Serein
Tel : 03 86 33 83 56

www.pgf-partner.com



© ERE



Les quatre dirigeants associés (de gauche à droite) :
Cédric Gomez-Montiel (assis), Maxime Herbelin, Mathieu Herbelin, Benjamin Theurillat
© Herbelin

HERBELIN

Cédric Gomez-Montiel

L'un des derniers fabricants français de montres est installé à Charquemont, dans les montagnes du Jura. Fermement positionné sur le créneau du luxe accessible, il continue de porter l'image d'une certaine élégance française et d'une qualité irréprochable. Tout en développant des activités de distribution et des productions sous licence.

75 ans de luxe accessible

Un sportif charismatique, Aurélien Ducroz, à la fois skippeur et skieur hors pair, qui porte une montre Herbelin, incarnant la passion, la persévérance et le dépassement de soi. Une vedette de la télévision, Jean-Luc Reichmann, qui apparaît avec la marque au poignet dans chacune de ses émissions. Un mixologue de renom, Guillaume Guerbois, qui conçoit un cocktail portant le nom de la montre Newport. Et puis Brigitte Macron, la Première dame de France, qui porte, elle, une montre de la gamme Antarès, dont les bracelets sont interchangeables pour s'adapter à la tenue et à l'humeur du jour.



Modèle Newport © Herbelin

Voilà quatre ambassadeurs qui font la fierté de l'équipe dirigeante d'Herbelin. Une entreprise bien française, l'une des dernières à produire des montres, même si elle est installée tout près de la frontière suisse.

L'histoire se joue en effet à Charquemont, au cœur des montagnes du Jura, depuis 75 ans. En 1947, Michel Herbelin, au grand dam de ses parents qui auraient plutôt voulu qu'il reprenne le commerce familial, préfère l'horlogerie. Il conçoit son premier modèle, Impec comme « impeccable » – tout un symbole –, dans la cuisine de la maison familiale, il n'a que 26 ans. C'est la naissance d'un fleuron de l'industrie horlogère française, qui a tenu contre vents et marées. « Cette résistance, Herbelin la doit à la grande qualité de ses produits bien sûr mais aussi à un positionnement bien étudié sur le marché : le luxe accessible », résume Cédric Gomez-Montiel, directeur général en charge du développement. « Nous sommes toujours restés fidèles à cette stratégie. Le succès tient aussi au mode de distribution, qui s'est toujours appuyé sur les bijoutiers indépendants. Ceux-ci proposent systématiquement Herbelin à leurs clients qui recherchent une montre dans ce créneau du luxe accessible. »

Un design français qui sait jouer sur l'innovation

On pourrait ajouter que la maison Herbelin a de la suite dans les idées : ses différentes gammes durent, ce qui prouve la fiabilité de ses produits et rassure le consommateur. Exemple emblématique : sa gamme iconique, Newport, célèbre cette année son 35^e anniversaire ; la maison s'est autorisée à lancer pour l'occasion, en tirage limité à 500 exemplaires, une version en carbone et titane avec un bracelet en FKM, matériau issu de l'aéronautique, une montre capable de résister aux intempéries sur la Route du Rhum – au prix de 3 490 euros soit le plus élevé de toute l'histoire de l'entreprise.



Savoir-faire © Herbelin

Sa réussite, sa pérennité et sa notoriété, Herbelin les doit donc aussi à sa capacité d'innovation, n'hésitant pas à revisiter ses modèles pour les adapter au goût du jour : la sortie d'un boîtier « carré arrondi » pour Équinoxe, le lancement du modèle Python dans la gamme V^e Avenue avec un bracelet qui enserré le poignet à la manière d'un serpent ou d'une variante sportive, chic et féminine à la fois pour Cap Camarat.

« Nos montres sont connues pour leur design qui associe les codes du luxe – qualité, précision, finesse – et un coup de crayon spécifique, un côté "french touch", avec des lignes plus rondes, ce qui séduit d'ailleurs largement la clientèle féminine, qui représente 60 % de nos ventes », souligne Cédric Gomez-Montiel.



Modèle Camarat Square © Herbelin



Savoir-faire © Herbelin

Des montres, mais pas que

La maison Herbelin – marque créée en 1965 – a donc traversé les décennies. Les deux fils du fondateur, Jean-Claude et Pierre-Michel, succèdent à leur père en 1980. Et en 2022, ce sont ses petits-fils qui reprennent les rênes, associés à Cédric Gomez-Montiel et à Benjamin Theurillat. Les quatre dirigeants sont aujourd’hui à la tête d’un véritable groupe, qui emploie 130 salariés pour 25 millions d’euros de chiffre d’affaires dont 50 % à l’export. Ils ont en effet accéléré le déploiement d’activités connexes à la production des montres historiques, en particulier la distribution de la marque haut de gamme Wolf (remontoirs de montre, coffres-forts et boîtes à bijoux) et la vente sous licence de marques de montres et de bijoux (Eden Park, Timberland, Cerrutti 1881, Kennett, Police...).

En septembre 2022, ils ont acquis MRC Group, propriétaire de la marque Jourdan Bijoux et distributeur de Charles Garnier Paris et de Green Time. Et dans la foulée, ils ont ouvert la première boutique Herbelin, sur 140 mètres carrés, dans le 6^e arrondissement de Paris, complétant la présence de la marque dans la capitale où elle est déjà distribuée dans certains grands magasins.

Cette ambition n’empêche pas l’équipe dirigeante de rester fidèle à Charquemont, où l’usine historique construite en 1973 a été agrandie en 1992 pour s’étendre aujourd’hui sur 2 500 mètres carrés. Ni d’envisager de nouveaux grands projets, notamment en Asie.



Savoir-faire © Herbelin



Modèle Antarès © Herbelin



Savoir-faire © Herbelin



GROUPE HERBELIN
9 rue de la 1^{re} Armée - 25140 Charquemont
Tel : 03 81 68 67 67
Mail : contact@herbelin.com

www.herbelin.com

L'actualité

Herbelin, les bijoux et le sport

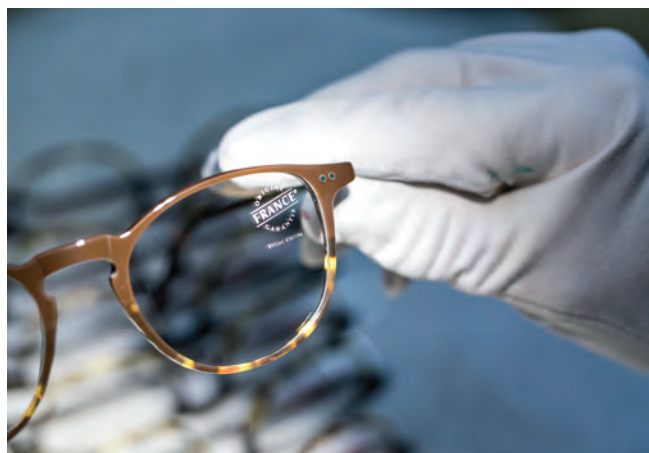
Il faudra surveiller l’actualité d’Herbelin dans les prochaines semaines : une collection de bijoux s’annonce ainsi qu’une gamme de produits portant le nom d’un acteur majeur du sport avec lequel un accord de licence vient d’être signé.

À suivre...

Savoir travailler en collectif

Les groupements & clusters
en Bourgogne-Franche-Comté

L'intelligence collective au service des professionnels du luxe



Thierry SA © Laurent Cheviet

L'adage affirmant que « seul, on va plus vite, ensemble on va plus loin » est une parfaite illustration de l'intelligence collective dont font preuve les professionnels du luxe qui décident de s'unir pour partager leurs connaissances, leurs compétences et promouvoir leurs savoir-faire d'exception. Que ce soit pour organiser des rencontres en lien avec la recherche, nécessaire à la compétitivité d'une entreprise, investir pour l'innovation, solliciter le soutien des acteurs publics ou présenter et récompenser leurs produits, les entreprises et les artisans du luxe bénéficient d'un écosystème plus que favorable pour trouver ensemble des solutions à leurs problématiques communes.

Une synergie porteuse qui couvre tous les domaines du luxe : des microtechniques aux industries textiles, en passant par le bois, l'horlogerie ou l'émail.

COMITÉ FRANCÉCLAT

Comité professionnel de développement économique au service des secteurs de l'horlogerie, de la bijouterie, de la joaillerie, de l'orfèvrerie et des arts de la table.

Il met en œuvre un programme d'actions collectives, défini par les professionnels eux-mêmes.

Au total, ce sont plus de 300 professionnels qui participent ainsi aux structures de réflexion et de décision du Comité.

www.franceclat.fr



PÔLE DES MICROTECHNIQUES

Une des missions principales du pôle des microtechniques est de représenter, animer et fédérer les entreprises ayant des savoir-faire microtechniques. Il est orienté vers 4 marchés cibles dont celui du luxe.

www.pmt-innovation.com



ENTREPRISES DE LUNETTERIE DU MASSIF JURASSIEN



Ce réseau régional rassemble plus de 50 entreprises solidaires (plus de 1 000 emplois directs) qui travaillent et innovent pour plus de 100 griffes ou marques, et produisent plus de 2,5 millions de montures par an.

L'association des Entreprises de Lunetterie du Massif Jurassien conduit des actions innovantes avec le soutien des pouvoirs publics. Elle investit les champs de la recherche et développement, du design et du marketing, de l'accompagnement des entreprises sur le marché français et à l'export.

www.lunetiers-france.fr



Mathilde Passarin
Directrice de l'association Luxe & Tech
© Jean-Pierre Mulot

ASSOCIATION LUXE & TECH
18 rue du Couvent
25210 Les Fontenelles
Tel : 06 72 86 58 50
www.luxe-tech.fr

ASSOCIATION LUXE & TECH

L'association Luxe & Tech dirigée par Mathilde Passarin regroupe plus d'une trentaine d'entreprises de sous-traitance travaillant pour le luxe de l'objet dans les domaines de l'horlogerie, la joaillerie, la maroquinerie ou encore les instruments d'écriture.

Créée en 2006 à l'origine pour mettre en réseau le tissu industriel du Val de Morteau, territoire frontalier de la Suisse, l'association poursuit toujours plus loin ses objectifs de valorisation de la filière luxe dans le contexte de l'industrie 4.0 (automatisation croissante, robotique et cobotique). Elle s'attache à promouvoir les savoir-faire d'excellence et à réunir ses adhérents lors de salons internationaux ; elle organise des réunions d'informations techniques et des rencontres thématiques transversales traitant de sujets aussi divers que la propriété intellectuelle, les nouvelles réglementations et formes de travail et les défis des marchés du luxe, en synergie avec les plateformes technologiques, les campus des métiers et la recherche.

Luxe & Tech, grâce à son implantation stratégique au cœur du Parc Naturel Régional du Doubs horloger, dont les savoir-faire en mécanique horlogère ont été inscrits au patrimoine culturel de l'Unesco en 2020, joue donc un rôle essentiel dans l'écosystème du luxe. Elle fait le lien entre les différents acteurs du luxe en Bourgogne-Franche-Comté et s'affirme comme son porte-parole majeur.



SBCI © Laurent Cheviet

PACKAGE IN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

L'animation de Package in Bourgogne-Franche-Comté vise à fédérer des responsables d'entreprises très diversifiées et venant de secteurs d'activités hétérogènes, mais qui contribuent toutes à la réalisation de packaging ou des solutions d'emballage en région.

www.pibfc.com



© Maison de l'email

MAISON DE L'EMAIL

Depuis près de 25 ans, la Maison de l'email, association loi 1901, s'applique à maintenir et développer l'activité d'émaillage sur métaux à Morez dans le Jura. L'association fédère près de 400 artisans et artistes émailleurs d'art sur métaux ainsi que des amateurs.

www.maison-email.com



© Laurent Cheviet

FIBOIS BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

Fibois Bourgogne-Franche-Comté a pour objet de développer la production, la mobilisation, l'exploitation, l'utilisation, la transformation et la promotion du bois de Bourgogne-Franche-Comté. Lieu de rencontre, d'échange et de concertation, l'association fédère et représente tous les acteurs de la filière forêt-bois, toutes celles et tous ceux qui contribuent à faire pousser du bois, à le récolter, à le transporter, à le transformer et à le mettre en œuvre.

www.fibois-bfc.fr



Chemises Gauthier © Laurent Cheviet

VÊTIR EN BOURGOGNE

L'association Vêtir en Bourgogne a pour ambitions de fédérer les entreprises de la filière quels que soient leurs métiers et leurs tailles, de développer des synergies et de mutualiser des besoins communs. Depuis 2016, Vêtir en Bourgogne organise "Mode in Bourgogne" un salon de vente pour promouvoir les savoir-faire locaux de la filière.

Reportage

Par Emmanuel Robert-Espalieu

ASSOCIATION PIERRE DE BOURGOGNE

Tiphaine Paquette

Comblanchien, Massangis, Beaunotte, Bleu de Lignières, la pierre de Bourgogne, calcaire très peu poreux aux grandes qualités techniques et esthétiques, se décline sous des appellations aussi poétiques que territoriales. Extraite des carrières châillonnaises, mâconnaises, nivernaises, tonnerroises et de la Côte (entre Beaune et Dijon), elle est layée, flammée, bouchardée, bossagée, vibrée, autant de termes mystérieux qui évoquent une finition particulière (poli, brillant, rustique...). Son aspect noble, d'une grande palette de couleurs, orne les façades des bâtiments les plus majestueux à travers le monde, les sols de musées ou d'habitations privées, et prend vie en formes élégantes parfois légères, humaines, animales, drapées ou végétales, sous le burin du sculpteur. Une matière presque féminine !

Pourtant quand on pense « pierre », on imagine les carrières grignotées par des engins lourds et bruyants, la poussière blanche provoquée par l'extraction qui flotte dans l'air et s'insinue partout sur les vêtements jusque dans les yeux. On y associe la force, le poids, la résistance. Bref un univers d'hommes râblés et pas causants, dans lequel une femme n'aurait pas sa place. Rien de plus faux. **De nombreuses femmes travaillent dans la filière : 2 entreprises sur les 27 qui composent l'Association Pierre de Bourgogne sont dirigées par des femmes. Il n'est pas rare de rencontrer des tailleuses, façonneuses ou encore des sculpteuses...** Preuve qu'il est temps d'arrêter de parler du sexe faible !

Idem en formation, les femmes sont de plus en plus nombreuses, en interne dans les entreprises, au lycée Les Marcs d'Or à Dijon et chez les Compagnons du Devoir. Cette réalité qui contraste avec les idées reçues, Tiphaine Paquette l'incarne parfaitement. **Seule salariée de l'association « Pierre de Bourgogne », la jeune femme, diplômée en histoire, se trouve elle aussi en harmonie avec ces acteurs, des gens « terre à terre », lucides, et surtout passionnés, qui fabriquent du « beau ».**

« Comment ne pas penser aux pieds de la tour Eiffel, au British Museum, à l'Opéra Garnier ou aux immeubles haussmanniens ? Plus contemporains : le Metropolitan Museum of Arts à New York, la Cité de la gastronomie à Dijon, le Taipei Center à Taiwan, la fondation Louis Vuitton à Paris, le grand escalier du Louvre, ou encore le nouveau pavillon d'honneur d'Orly ? » énumère-t-elle, les yeux pleins d'étincelles.



© ERE



Carrières d'Étrochey © Michel Joly



© ERE



© ERE

Défendre une telle richesse du territoire est une fierté, car à travers elle ce sont **70 variétés de pierres de Bourgogne** (seconde région productrice de pierre calcaire en France) qui sont défendues, avec plus de 30 entreprises régionales (territoire historique) et environ 500 emplois.

Une mission qui ne manque pas d'ambition. Créée en 1996 et financée pour moitié par la Région, l'association, dont **le conseil d'administration est constitué de 11 entreprises - des carriers, façonniers, tailleurs et sculpteurs -**, tous bénévoles, mène des actions collectives au service de la filière (salons, films...) que les entreprises ne pourraient pas assumer seules.

Faire la promotion de la Pierre de Bourgogne en France et à travers le monde, tout en la protégeant des fréquentes contrefaçons dont elle est la cible.

Le label IG (Indication Géographique, créé en 2018) est un premier outil de protection juridique efficace pour lutter contre l'abus d'usage d'appellation « Pierre de Bourgogne », quand il s'agit en fait de grès cérame, matériau reconstitué (n'ayant rien à voir avec la pierre naturelle), ou encore le travertin, une pierre n'ayant pas les mêmes qualités. **Un combat sans trêve pour une pierre qui s'exporte très bien, d'où l'ambition de faire reconnaître l'IG au niveau européen**, en association avec le bureau européen du conseil régional et l'AFIGIA (Association Française des Indications Géographiques Industrielles et Artisanales) qui regroupe presque toutes les filières (porcelaine de Limoges, Granit de Bretagne, entre autres).

Autre combat, le développement durable, depuis toujours une valeur ajoutée du secteur et non des moindres. **100 % naturel, 100 % minérale, la pierre se produit en circuit court (proximité géographique des ateliers et des carrières), avec une faible consommation énergétique, aucune cuisson, ni transformation, ni traitement chimique nocif.**

La pierre a une qualité isolante pour l'habitat, et la boue résiduelle est valorisée en co-produits pour les agriculteurs. Sans oublier l'eau recyclée, et la gestion durable des carrières, avec leur plan de réaménagement en fin d'exploitation.

Autant de spécificités qu'il faut mettre en avant plus que jamais et qui constituent un atout indéniable contre la concurrence selon la jeune secrétaire générale de l'association. De nouvelles Fiches de Déclaration Environnementale et Sanitaire (FDES) seront mises en place prochainement. Ces fiches permettent de faire l'analyse du cycle de vie d'une pierre, de l'extraction à sa mise en œuvre. **Toutes ces caractéristiques font le caractère de la Pierre de Bourgogne, son unicité, et lui confère ainsi le surnom d'« écrin du luxe », comme aiment l'appeler certains adhérents de l'association.**

Et s'il existe une palette de qualité et donc de prix pour ce produit, le même savoir-faire reste utilisé pour l'extraire des carrières et la travailler, la même garantie environnementale la couvre, et elle reste une pierre d'exception qui se reconnaît au toucher. D'où une ambivalence à laquelle il faut faire particulièrement attention. En effet, **elle est certes utilisée pour les architectures de luxe, mais il ne faudrait pas pour autant que cela réfrène les particuliers.**

La Pierre de Bourgogne est un produit luxueux qui se veut accessible pour la plupart.



Tiphaine Paquette et le nuancier des pierres de Bourgogne © ERE

ASSOCIATION PIERRE DE BOURGOGNE

CCI Bourgogne-Franche-Comté
2 avenue de Marbotte - 21000 Dijon
Tel : 03 80 60 40 43

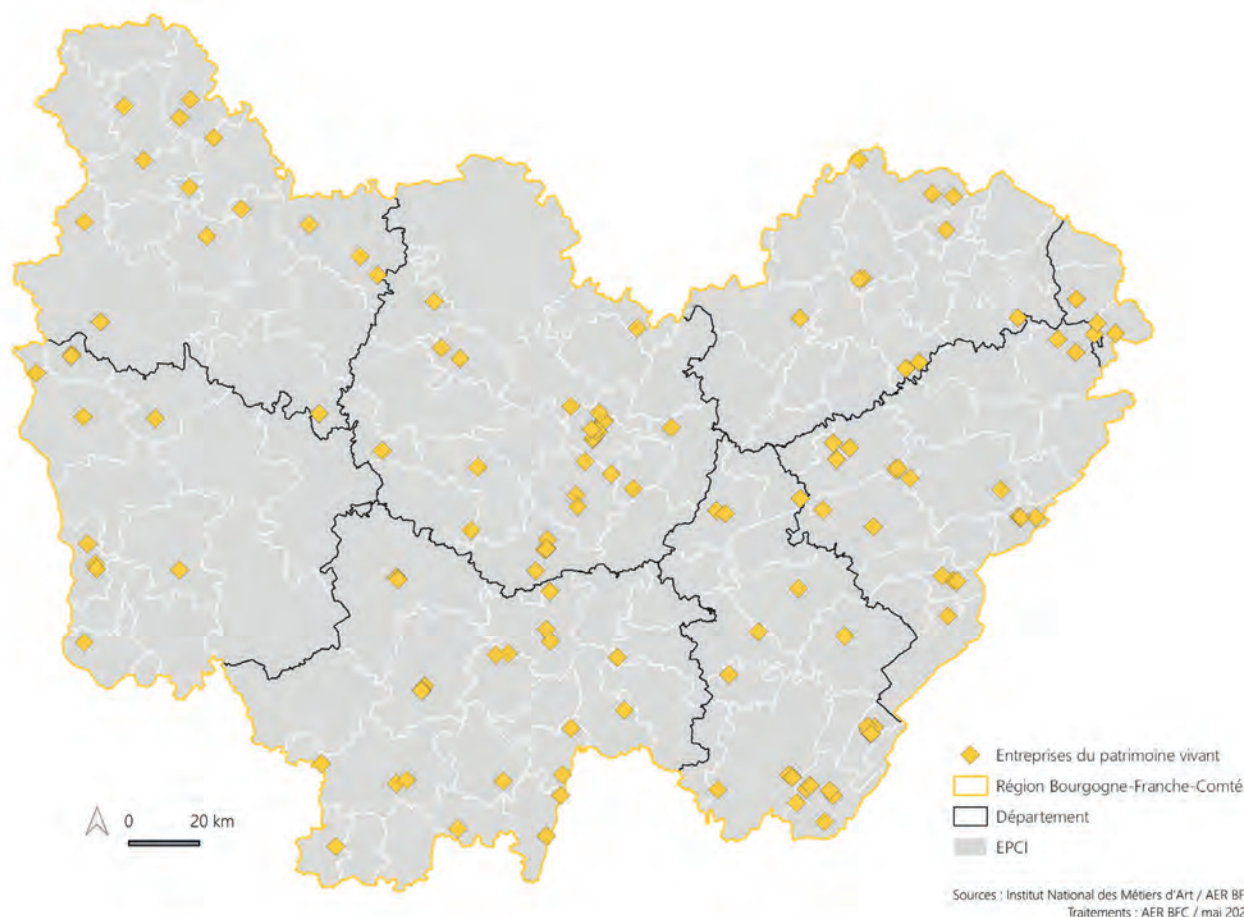
www.pierre-bourgogne.fr
www.ig-pierredebourgogne.fr

ASSOCIATION DES ENTREPRISES DU PATRIMOINE VIVANT DE BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ



L'Association Entreprise du Patrimoine Vivant - EPV (voir encadré en bas de page), présidée par Edouard Dumas, fédère une centaine d'entreprises en Bourgogne-Franche-Comté et met en lumière leurs différents atouts et ce, quels que soient leur taille et leur format. Leur point commun ? Savoir-faire d'excellence, ancrage territorial, envie de transmettre, engagement pour la fabrication française. En phase avec les enjeux du monde contemporain, le label EPV et l'association orientent ces entreprises pour converger vers les objectifs de la responsabilité sociétale et environnementale (RSE). Reconnues pour leur capacité à innover, inventer et se réinventer, ces entreprises d'exception contribuent à l'attractivité et au rayonnement économique et culturel du territoire.

< Edouard Dumas, président de l'association, dirigeant de la Compagnie Dumas, installée à Tonnerre (89) depuis 1910 et labellisée EPV en 2017 © Compagnie Dumas



Le label "Entreprise du patrimoine vivant" (EPV) est une marque de reconnaissance de l'État mise en place pour distinguer des entreprises françaises et des savoir-faire industriels et artisanaux d'excellence. Depuis sa création en 2005, le label EPV met en lumière des entreprises uniques qui savent concilier l'innovation et la tradition, le savoir-faire et la création, le travail et la passion, le patrimoine et l'avenir, le local et l'international. Ce label est rattaché au ministère de l'Économie et des Finances et décerné par les préfets de région. L'État en a confié la gestion à l'Institut national des métiers d'art (INMA) en 2019. Attribué pour une période de cinq ans, ce label rassemble des fabricants partageant une certaine vision des activités qui doivent être celles de leur entreprise : la haute performance de leur métier et de leurs produits, une attention permanente à la formation interne, une démarche innovante techniquement et socialement, et une stratégie commerciale dynamique. Il est le seul label d'État décerné à une entreprise pour l'ensemble de son activité et garantissant l'excellence de ses savoir-faire.

> Retrouvez la liste des EPV de Bourgogne-Franche-Comté sur www.data.gouv.fr/fr/datasets/entreprises-du-patrimoine-vivant

LE CENTRE DU LUXE ET DE LA CRÉATION

Zoom sur

Depuis 2019, l'Agence Économique Régionale de Bourgogne-Franche-Comté est partenaire du Centre du luxe et de la création, fondé en 2001 et présidé par Jacques Carles. C'est ainsi que nous participons au Sommet du luxe et de la création afin de mettre en lumière les talents des acteurs de la région qui travaillent pour l'excellence des productions dans tous les domaines de la filière luxe et savoir-faire d'exception.

Les entreprises ont également l'opportunité de participer aux Talents du luxe et de la création. Créés en 2002 par le Centre du luxe et de la création, ces prix s'adressent aux créateurs et managers de l'ensemble des métiers du luxe : mode et accessoires, joaillerie et horlogerie, parfums et cosmétiques, vins et spiritueux, gastronomie et hôtellerie, design et architecture, métiers d'art, etc.

Alors que les prix dans le domaine du luxe récompensent habituellement les créateurs par métier, les Talents distinguent ce qui anime le feu sacré de la création dans le luxe : l'audace, le bien-être, l'élégance, l'harmonie, l'innovation, l'invention, l'originalité, la rareté et la séduction. Un Talent est également décerné au titre du management. Parmi les lauréats sont également désignés un Prix des métiers d'Art, un Prix spécial du Jury, une Empreinte de l'année et un Talent d'or.

Ce partenariat renforce nos réseaux pour construire des collaborations futures participant à la croissance et aux dynamiques culturelles de nos territoires.



Jacques Carles

Président fondateur du Centre du luxe et de la création © E. Legouhy

Talents du luxe et de la création

les lauréats de Bourgogne-Franche-Comté



© Talents du luxe

Paul & Bernadette Dodane

Lauréats 2007 au titre du **Talent du management** pour avoir sauvé l'entreprise Cristel et créé une nouvelle gamme d'articles culinaires haut de gamme.



© Jib Peter

Armand Heitz

Viticulteur, Agriculteur
Lauréat 2022 au titre du **Talent du bien-être** pour son respect absolu de l'environnement.



© Pequignet Horlogerie

Dani Royer

Horloger et Directeur des opérations
Pequignet Horlogerie
Lauréat 2022 au titre du **Prix spécial du Jury** pour son parcours exceptionnel.

Lauréats 2023... ?

À l'heure où nous imprimons ce magazine, les Lauréats des Talents du luxe et de la création 2023 n'ont pas encore été révélés. Pour découvrir si la Bourgogne-Franche-Comté est de nouveau récompensée cette année parmi ses 9 nominés mis à l'honneur, rendez-vous sur les sites du Centre du Luxe et de la création et de l'AER Bourgogne-Franche-Comté !

www.centreduluxe.com
www.aer-bfc.com

CENTRE DU LUXE ET DE LA CRÉATION

52 rue Madame - 75006 Paris

Tel : 01 56 58 50 74

Mail : contact@centreduluxe.com

www.centreduluxe.com

Les nouveaux enjeux du luxe

Les engagements vers
la transition écologique
en Bourgogne-Franche-Comté

Faire évoluer les pratiques

En réponse à la question de l'environnement et pour tenter de sortir de l'image de filière polluante, certaines grandes maisons du luxe sont amenées à déployer différentes techniques et méthodes de production de plus en plus vertueuses.

L'industrie du textile en première ligne : neutralité carbone, écoresponsable, écoconçu, durable, vegan... autant de nouvelles pratiques, désormais courantes pour bon nombre d'entreprises, prouvant ainsi leur réel engagement pour le monde de demain.

En Bourgogne-Franche-Comté, le réseau RT2E¹, animé par la Région et l'ADEME, propose une offre complète de services à destination des entreprises pour les accompagner dans leurs transitions.

RT2E fédère un réseau d'acteurs économiques, tels que l'AER Bourgogne-Franche-Comté, les Chambres de Commerce et d'Industrie, les Chambres des Métiers de l'Artisanat, Bpifrance... qui est en charge d'accompagner les entreprises sur les différents sujets de la transition écologique.

Pour amorcer ce changement, il est nécessaire pour les entreprises de se lancer dans une démarche d'écoconception, c'est-à-dire de porter un nouveau regard sur son activité, ses produits et ses services pour réduire leurs impacts sur l'environnement. L'ADEME aide ces démarches d'écoconception, dans le domaine du textile et tout autre secteur d'activité. La mission Transition Écologique de l'AER Bourgogne-Franche-Comté opère au quotidien, aux côtés de la Région et de l'ADEME, pour accompagner les entreprises du territoire sur les aspects techniques et financiers de leurs projets.

Se lancer dans une telle démarche, c'est un moyen d'améliorer ses performances et de favoriser la créativité et l'innovation quel que soit le secteur d'activité. Lorsqu'on maîtrise mieux son produit et les services associés grâce à la vision « cycle de vie », on découvre des améliorations en termes de qualité, de fonctionnalité, de matières, de technologie ou encore d'approche commerciale.

Les clients y sont sensibles, mais pas uniquement : les parties prenantes sont également intéressées à participer au développement de produits plus vertueux.

Comment aller encore plus loin dans ces démarches et concilier performance économique et développement durable ? En travaillant sur son modèle économique, en mettant en lumière que la création de valeur d'une entreprise n'est pas uniquement liée au volume de vente de biens.

Et cela, ça fait longtemps qu'on le sait dans le luxe !

En Bourgogne-Franche-Comté, les entreprises engagées dans cette trajectoire de changement vers des modèles économiques plus durables et responsables sont de plus en plus nombreuses.

Dès 2020, pour aider les dirigeants à s'orienter vers des modèles économiques durables et responsables, la Région Bourgogne-Franche-Comté, l'AER Bourgogne-Franche-Comté, l'ADEME et plusieurs experts en économie et ergonomie se sont réunis pour former un collectif. En juin 2022, face à l'utilité et l'efficacité de ce collectif, est née la cellule d'Appui à la Coopération pour la Transition vers une Économie Serviicielle (ACTES).

Contact

Trouver le contact pertinent
pour votre projet
de transition écologique :



Scan me



Plus d'infos sur la transition écologique
www.transitionecologique.aer-bfc.com



© maeching chaiwongwattana/Shutterstock

¹ RT2E : Réseau de Transition Écologique et Économique



ÉCOLLANT

Du haut du AuxR-green-lab, un bâtiment éco-conçu et bio-inspiré perché sur pilotis pour n'avoir aucun impact sur les espèces endémiques, Agathe Rouzaud – la directrice des opérations (COO) – nous conte la fabuleuse aventure d'Écollant d'une voix tranquille à l'émulation à peine contenue.

Écollant est née en 2019 d'un constat que Laurent Trognon, fondateur de la marque Divine-Paris installée à Migennes (89), aura été le premier à transformer en évidence : **les collants émis sur le marché étaient autant de déchets à court ou moyen terme, l'équivalent en poids de la structure de la Tour-Eiffel chaque année en France, pas recyclables, et avec une durée de vie courte (3 à 6 utilisations).** Bref, le produit anti-environnemental par excellence ! C'est ainsi qu'il décida de s'allier avec des partenaires industriels du textile (tricoteurs, teinturiers) pour fonder une entité juridique indépendante capable de rechallenger leurs savoir-faire respectifs en mettant leur âme scientifique au service de l'impératif environnemental.

L'équipe de Écollant (de gauche à droite) :
Florian Loupret - Responsable commercial*,
Eric Delafontenelle - Président,
Agathe Rouzaud - Directrice des opérations,
Merima Miricanac - Chargée de communication.
© Écollant



© ERE

* Photo d'équipe ci-dessus : Florian Loupret développe la marque *Révélation* auprès de magasins haut de gamme et engagés en faveur du made in France et de l'éco-conception en région et dans les grandes villes françaises..

Désormais, ce n'est plus l'existant fabriqué par l'homme qui allait bouleverser l'environnement, mais bien l'inverse, explique la responsable en éco-conception qui se rappelle alors à sa formation de biologiste.

Prendre une matière en fin de vie, non recyclable jusqu'alors et la ramener à son état moléculaire, pour mieux l'étudier et la transformer en un élément recyclé, voilà le défi qu'Écollant s'est lancé. Ici, c'est l'ADN environnemental qui rechallenge l'existant. Une gageure que d'aucuns pourraient considérer comme une folie. La problématique est en effet inhérente à la constitution même du fil du collant. Pour le rendre recyclable, il faut réussir à séparer l'élasthanne du fil de nylon qui l'entoure. Si aujourd'hui les recherches en sont encore au stade laboratoire, **les premiers résultats sont là et confortent Écollant dans sa position de leader mondial dans ce domaine** (Écollant est d'ores et déjà labellisée « Deep-tech », technologies de rupture à portée mondiale), avant l'échelle industrielle avec une commercialisation en marque propre et blanche*. Mais en attendant d'être tout à fait prêt, c'est une course de fond qu'il faut tenir, et pour cela Écollant a décidé d'allier deux impératifs : générer du chiffre d'affaires bien entendu, mais aussi se roder sur sa capacité à éco-concevoir, produire, designer des collections, aller jusqu'à la mise sur le marché, et préparer ainsi une communauté de clientèle à l'arrivée prochaine de collants recyclés et produits en France à partir de collants usagés.



© Écollant



© Écollant



© ERE

C'est ainsi qu'une 3^e collection de maillots de bains en marque blanche fabriquée à partir de polyester recyclé (bouteille plastique, flaconnage industriel, du rPET), sort cette année, ainsi qu'**une première collection de chaussettes entièrement recyclées est sur le marché depuis mars en marque propre.**

Jusqu'à présent le fil est encore acheté, mais Écollant et ses partenaires de production, qui l'accompagnent depuis le début, s'occupent des parties tricotage, teinture et confection – parties complexes puisqu'il s'agit ici uniquement de fils recyclés produits en collections capsules –, mais également du packaging et de la mise sur le marché. Et en ligne de mire, la perspective de produire un jour des paires de collants en nylon polyamide « recyclées recyclables », conçues de fils issus de leurs propres déchets de production. Prendre le temps de se préparer donc, tout en faisant sa place sur un marché innovant. Le temps, pour être le meilleur, c'est aussi ça le haut de gamme. Un facteur essentiel chez Écollant, pour éco-concevoir du 100 % recyclé et recyclable par la recherche et développement.

Et pour cela, tout le cycle de vie du produit et ses impacts environnementaux sont analysés, de l'extraction des matières premières jusqu'à la fin de vie. Des tests de durabilité exigeants sont effectués pour vérifier que le produit n'est pas plus polluant en étant recyclé qu'un autre proposé par une grande enseigne.

* Une marque blanche est un produit conçu par un fabricant, qui est ensuite repris et redistribué par les marques, qui commercialisent le produit sous leur propre identité.



Agathe Rouzaud, directrice des opérations de Écollant © ERE

Le temps, toujours, et ce pari que cet ancrage permettra de séduire à long terme une clientèle qui priorise encore aujourd'hui l'aspect fashion et confort de l'objet au détriment des conséquences écologiques, mais qui réalisera bientôt qu'elle a fait un premier pas sans vraiment le savoir.

Écollant n'a évidemment aucun intérêt à rogner sur le côté « mode », ses collections bio-inspirées avec couleurs et motifs « inspirés par la nature » sont entièrement créées en interne, des couleurs au design, mais l'entreprise fait tout de même le pari d'une philosophie de consommation éducative : **ça me plaît, je l'achète, je l'utilise, je réalise combien il est confortable, je m'aperçois qu'il est 100 % recyclé, je comprends, je me renseigne et je reste fidèle.** Et pourquoi pas imaginer bouleverser les codes de la mode, ainsi que ses modes de consommation à terme ? Un axiome de perspective *sine qua non* si on veut être leader d'un marché naissant, avec pour cela en prévision deux collections prévues par an au minimum, capsules, haut de gamme, avec un savoir-faire exclusivement français, et tout en conservant l'aspect rareté, autre critère essentiel du haut de gamme. Les collections en marque propre seront fabriquées en petites quantités et le reste de la production sera voué aux marques blanches, avec ainsi l'idée qu'il n'y ait que de la matière recyclée sur le marché, puisque qu'on recyclera d'ici là toutes les marques de collant, en France comme à l'étranger.

Le collant est porté partout dans le monde et fabriqué de la même manière, **le process industriel sera donc entièrement adaptable à tous les marchés.**

L'une des forces de Écollant, au-delà des talents techniques et scientifiques de celles et ceux qui fondent cette structure, est d'être donc très innovant tout en s'adossant à des savoir-faire traditionnels. Une autre, aussi essentielle, consiste à avoir la Région comme partenaire. L'AER Bourgogne-Franche-Comté notamment, indispensable pour l'accompagnement en termes de financement, de propriété intellectuelle (brevets), et avec laquelle des points sont faits régulièrement et qui a décerné à la jeune société le prix Innov'BFC, en 2022. L'ADEME bien entendu, Bpifrance, la Communauté d'Agglomération de l'Auxerrois, DECA-BFC, Réseau Entreprendre, la CCI, Wacano, **tout un écosystème est vivace à Auxerre et en Bourgogne-Franche-Comté, et crée un vrai cocon ultra personnalisé.** Des talents et des intelligences indispensables pour qui veut accomplir à l'avenir ce qui n'a encore jamais été fait : **transformer en matière recyclée jusqu'à 7 000 tonnes de collants usagés et des dizaines de tonnes de déchets de production chaque année, pour en faire de simples billes de nylon, à partir desquelles sera tricoté le fil qui dessinera les jambes de demain.**



> **Révélation, la marque sincère**
(marque propre à Écollant)
www.revelation-mode.fr

Contact

ÉCOLLANT

Avenue des Plaines de l'Yonne
AuxR_Lab - 89000 Auxerre

www.ecollant.fr

Reportage

Par Emmanuel Robert-Espalieu



LOSANJE

Mathieu Khouri et Simon Peyronnaud

Mathieu Khouri et Simon Peyronnaud (3^e et 4^e en partant de la droite) entourés de leur équipe © ERE

Cette année nous jetterons 400 000 tonnes de vêtements en France, 4 millions à l'échelle européenne. Comme l'année dernière. Et comme la prochaine, probablement, si ce n'est plus. Seulement 1 % sera revalorisé. Ils ont beau répéter qu'ils sont encore jeunes et qu'ils ont beaucoup à apprendre, Simon Peyronnaud et son ami d'études Mathieu Khouri ne se sont pas limités à ce discours politico-alarmiste. Alors qu'ils étaient encore étudiants, Sciences Po et école de commerce avec un intérêt marqué pour la mode éco-responsable, leur constat était déjà sans appel : les solutions disponibles pour résoudre les enjeux du marché du textile n'étaient pas suffisantes, notamment à cause des fibres mixtes (coton/polyamide) qui ne peuvent pas être séparées et donc être recyclées. Donc, on jette. Et ce qui n'est pas trié est expédié à l'autre bout de la planète, démarche aux antipodes de l'éco-responsabilité, pour incinération ou bien pour agrandir des décharges à ciels ouverts dans des pays en Afrique ou en Amérique du Sud.

Alors les jeunes associés, désormais patrons d'une **société d'à peine 2 ans et de 15 salariés**, ont décidé d'agir. Car si leur allure est « cool » et l'ambiance chez Losanje détendue, il ne faut pas se laisser leurrer. Ça rumine, ça « brainstorme ». L'idée que la question écologique fait partie des gènes de cette génération s'affirme ici comme une évidence.



© ERE



© ERE

Les deux premières années d'activité de Losanje auront ainsi servi à identifier les facteurs et les réseaux à améliorer pour rendre l'industrialisation de l'upcycling concrète et réalisable, et trouver les savoir-faire spécifiques avec l'emploi de personnes aux profils techniques spécifiques, notamment dans le domaine du modélisme et du stylisme avec des compétences en couture.

Puis, il a fallu modéliser une gestion de stock toute particulière. « Chasser » fait partie du travail, trouver le « gisement ». Les sweats, jeans, velours, et draps en lin sont les plus récurrents et permettent une base de matière pour la création stylistique, afin d'anticiper sur la collection qui sera créée en conséquence – même si l'idée stylistique vient parfois en amont et peut orienter la recherche de matières spécifiques. Veilles permanentes donc, auprès de centres de tri (vêtements de seconde main majoritairement sans marque déjà portés), déstockage (15 % de la production mondiale n'est pas vendue), des professionnels, des institutions publiques, mais aussi des partenaires essentiels comme le plus gros grossiste français à Rouen qui met de côté tout ce qui peut être identifié comme récurrent.

Et ça fonctionne. Avec 25 tonnes de matière déjà revalorisée, la collection été masculin et féminin est déjà en ligne (3^e collection de la marque Losanje). Mais les deux associés ne s'arrêtent pas là.

Et là, il ne s'agit pas de l'écologie des médias qui sauve la planète en mettant le verre et les cartons dans les bons conteneurs, ou de l'appellation « bio » affichée sur les pots de yaourts qui rassure le consommateur. On parle concret. Les faits, rien que les faits. « Dans le domaine du textile, le bio n'est qu'une demi-solution », affirme sans émotion Simon. « On diminue la consommation d'eau mais pas les gaz à effet de serre, à cause des machines de transformation énergivores ». Il faut qu'une nouvelle solution émerge. **L'extraction de la matière constitue 30 % de la pollution d'un vêtement recyclé, sa transformation (broyer, épurer, retisser, mettre les apprêts par-dessus, les impressions, les couleurs) 60 %.** Mauvaise solution. Ou pas la solution du tout à terme. La messe est dite.

La réflexion autour de l'upcycling s'impose alors aux deux étudiants. Une idée simple qui consiste à réutiliser les matières existantes. **Ici, on ne transforme pas comme pour le recyclage, on récupère un produit fini. Découper à l'intérieur d'habits de seconde main, récupérer les empiècements et les rassembler pour faire un nouveau vêtement.** Une perspective pleine d'avenir en termes d'efficacité écologique, mais dont la viabilité économique reste encore vague à l'époque. Reste donc à mettre au point le process industriel. Car ceux qui font de l'upcycling aujourd'hui ne font, en majorité, que de la pièce unique. **Et ce qui intéresse Simon et Mathieu, c'est le marché du prêt-à-porter pour imposer une marque.**



© ERE



© ERE

La phase d'industrialisation est déjà en marche.

Dès septembre, Losanje intégrera ses nouveaux locaux, une vraie fierté pour les potes d'études.

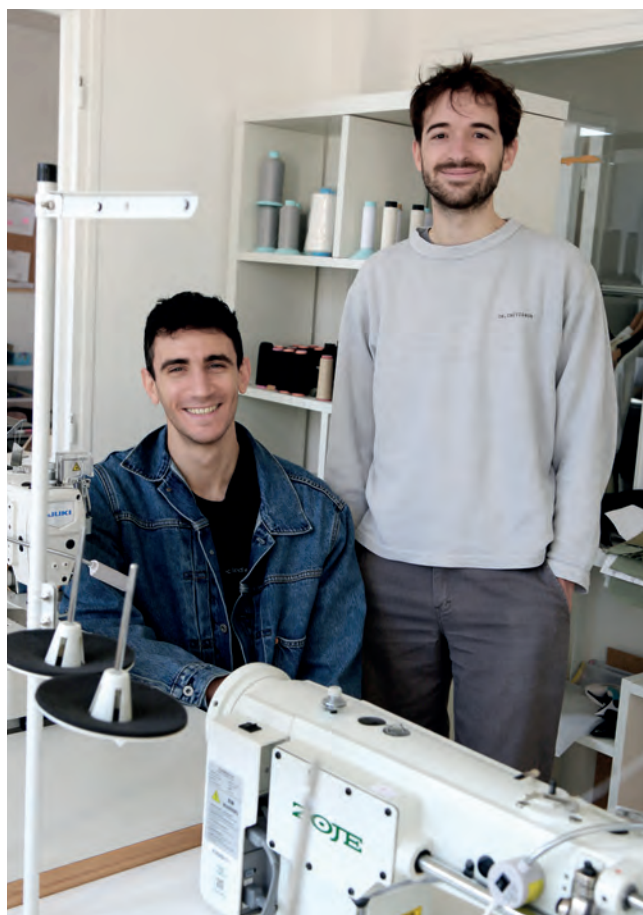
Cette nouvelle usine devra incarner ce qui est à leurs yeux l'industrie de demain. Écologique, où il est cool d'aller travailler, où le cadre permet l'épanouissement des équipes (ouvriers, employés, cadres) à travers un process managérial qui met le salarié au cœur des décisions quel que soit son poste (aux antipodes de la gestion verticale) et qui permet la montée en compétence, la formation, le tout pour un but commun.

Avec la perspective d'employer 70 salariés d'ici 2027 (manutention, logistique, chef d'atelier, couturiers.ères spécifiques).

Il est peut-être là aussi, le luxe. Au-delà du produit et de sa qualité conséquente d'un savoir-faire d'exception, la philosophie d'entreprise et le cadre de fabrication, le bien-être des employés, constituent une autre de ses caractéristiques indéniables, et accompagnent le vêtement dans sa boîte orange élégante qui lui sert d'écrin.

Sans oublier l'attachement à la région. Affichant leurs racines nivernaises, Simon et Mathieu veulent aider à redynamiser ce territoire auquel ils croient beaucoup, grâce à sa situation géographique et sa facilité d'accès. Aidée dès sa création par BPI, le Village by CA Nevers (antenne locale qui dépend du Crédit Agricole, et accélérateur d'entreprise) et l'agglomération de Nevers, Losanje agit aussi en synergie avec des partenaires locaux Robotics Valley en Bourgogne-Franche-Comté, sous-traitants, prestataires (ateliers d'insertion dans le Jura ou à Dijon), accompagnée financièrement par des antennes régionales de fonds d'investissement et épaulée par l'AER Bourgogne-Franche-Comté qui suit tous les dossiers de financement et reste un relais essentiel de confiance.

Et au fait, pourquoi ce « Losanje » ? Pour sa forme, me répond alors Simon de sa voix quelque peu nonchalante qui cache mal sa réflexion très structurée. Une forme multifonction, ni carrée ni rectangle, comme celles qu'on découpe à l'intérieur du vêtement pour être réassemblées et en créer un autre.



© ERE



© ERE

Contact

LOSANJE

LOSANJE

7 rue des Minimes - 58000 Nevers

Mail : contact@losanje.com

www.losanje.com

La Bourgogne-Franche-Comté, une région attractive par nature



www.attractive.bourgognefranchecomte.fr

Les modes de vie changent, l'art de vivre attire...

En France et en Europe, les citoyens aspirent à une plus grande harmonie entre épanouissement personnel, travail et vie familiale : la Bourgogne-Franche-Comté, accessible et authentique offre de nombreuses opportunités pour vivre cet idéal (ou atteindre cet équilibre).

Vous cherchez du sens, de l'espace, des relations humaines plus riches, le rapport à la nature, le manger sain ? Vous désirez changer de vie, entreprendre, reprendre une entreprise, trouver un lieu pour votre nouvelle implantation, créer une startup... ? La Bourgogne-Franche-Comté vous ouvre ses portes comme nulle part ailleurs.

En effet, notre région se démarque par son excellence industrielle, une main-d'œuvre reconnue, ainsi que des écosystèmes d'innovation de dimension internationale. Nos 5 pôles de compétitivité ont été relabellisés en 2023 et nos filières d'excellence visent la souveraineté et la réindustrialisation dans des domaines variés, qu'il s'agisse d'alimentation durable (alimentation de proximité, ferments du futur...), de santé (biothérapies, santé numérique...), de mobilités du futur, de matériaux (biosourcés, métallurgie des poudres...) ou encore de nouvelles énergies, avec notamment le renouvelable et l'hydrogène.

Par ailleurs, la coopération est dans les gènes de notre région, avec des acteurs économiques maillés au travers de réseaux thématiques (innovation, RSE...) et des clusters d'entreprises partageant des ambitions et valeurs communes, telle que la décarbonation de l'économie avec des programmes d'accompagnement dédiés (Industrie durable et performante).

Enfin, le mode de vie sain se traduit singulièrement en Bourgogne-Franche-Comté : de grands réseaux d'itinérance jalonnés de véloroutes, de voies vertes et fluviales... De grandes destinations touristiques, des massifs montagneux – le Jura, le Morvan, les Vosges – qui offrent un vaste choix d'activités en toutes saisons, en plein air, sur de grands espaces d'air pur et de dépaysement riches d'un patrimoine culturel, naturel et gastronomique unique par sa diversité et sa spécificité.

Les territoires de Bourgogne-Franche-Comté vous accompagnent pour répondre à votre projet de vie en facilitant votre installation.

« La Région Bourgogne-Franche-Comté, forte de sa volonté de porter toujours plus haut ses ambitions d'attractivité résidentielle s'est engagée dans une réflexion avec tous les acteurs du territoire pour construire un plan d'actions partenarial de promotion, de prospection et d'accueil de nouveaux habitants. »

Patrick AYACHE,

Vice-président de la Région Bourgogne-Franche-Comté

La Bourgogne-Franche-Comté regorge de sites inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO : les sites palafittiques préhistoriques aux abords des lacs de Chalain et de Clairvaux qui racontent l'histoire des tout premiers agriculteurs jurassiens ; les salines de Salins-les Bains et d'Arc-et-Senans, somptueux édifices construits au XV^e et XVIII^e siècle pour exploiter le sel de la région ; les fortifications Vauban à Besançon, héritage de l'architecte militaire de Louis XIV, offrant une vue imprenable sur la vieille ville ; la chapelle Notre-Dame du Haut à Ronchamp, au cœur des Vosges du Sud, œuvre majeure de Le Corbusier. Du côté de la Bourgogne, les Climats du vignoble de Bourgogne, à l'origine de vins d'exception ; l'Abbaye de Fontenay et la basilique Sainte-Marie-de-Madeleine, juchée sur la colline de Vézelay, deux chefs d'œuvre de l'art roman. Enfin, les chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle passant par le prieuré de la Charité-sur-Loire.

Côté gastronomie, la Bourgogne-Franche-Comté sait ravir les papilles, de la viande au vin en passant par le fromage, avec des spécialités reconnues par le label de qualité IGP (Indication géographique protégée) : saucisse de Morteau et Montbéliard, Porc de Franche-Comté, Volaille de Bourgogne, Vins de Franche-Comté, cassis de Bourgogne et de Dijon, Cancoillotte, Brillat-Savarin... **Sans compter les innombrables AOC et AOP** (Appellation d'origine contrôlée/protégée) qui viennent compléter le tableau et reconnaître l'excellence gastronomique de la région.

Remerciements

Les entreprises présentées dans ce document ne constituent qu'un échantillon seulement des savoir-faire d'exception de Bourgogne-Franche-Comté. Nous remercions les sociétés qui ont accepté d'ouvrir les portes de leurs ateliers et dévoiler, au passage, quelques secrets de fabrication jalousement gardés.

Nous remercions également tous ceux qui ont œuvré de près (ou de moins près) à rendre possible ce nouveau numéro grâce à leur aide précieuse : Bénédicte Dolidzé, Jason Queudray, Karine Hernandez, Anne-Gaëlle Arbez, Christine Bonin, Tassadit Simon et Julien Soeur – de l'Imprimeur Simon... Enfin, nous remercions journalistes, photographes (parfois les deux à la fois !) et tous les partenaires qui ont contribué à la création de ce numéro et nous ont permis de mettre en forme ce document en mêlant l'information technique à la beauté des images.



© Edouard Barra

PATRICE BOUILLOT, fondateur et dirigeant de La Plume et le Micro

Diplômé de l'institut d'études politiques de Lyon et de l'École supérieure de journalisme de Lille, il cumule 15 années d'expérience de journaliste dans des médias régionaux et nationaux (radio, presse écrite, télévision, agence de presse). Il a notamment été pendant 8 ans, rédacteur en chef d'un hebdomadaire économique régional. Puis, il a travaillé pendant 6 ans dans la communication publique avant de fonder, en octobre 2019, à Dijon, la société La Plume et le Micro, qui propose des prestations éditoriales (presse, journaux d'entreprise et de collectivités, sites internet, plaquettes...), événementielles (animation de congrès, séminaires, tables rondes...) et de formation (média training, ateliers d'écriture...).



© ERE

EMMANUEL ROBERT-ESPALIEU

Auteur de théâtre, Emmanuel Robert-Espalieu est joué régulièrement en France et à l'étranger. Il est aussi écrivain avec ses deux romans historiques « Fleur de sang » édité chez Pocket et « Monsieur de Paris » chez Michel Lafon. Son prochain livre sera publié chez Fayard. Il met aussi régulièrement sa plume au service des entreprises et des institutions. Il a déjà apporté sa contribution à l'AER Bourgogne-Franche-Comté pour de précédents numéros d'Influences, notamment Influences n°3, édité en février 2019, et rédigé dans l'esprit d'un carnet de voyage.

> Pour consulter Influences n°3

CRÉDITS PHOTOS *pages de couverture*

© Laurent Cheviet



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



Conception : AER Bourgogne-Franche-Comté
Directrice de la publication : Martine Abrahamse-Pleux
Ligne éditoriale : Anne Falga, Sandrine Lestienne-Courbet
Rédaction : Patrice Bouillot, Emmanuel Robert-Espalieu,
Sarah Gaspard, Sandrine Lestienne-Courbet
Conception graphique : Sandrine Lestienne-Courbet
Imprimé par : L'Imprimeur Simon - Ornans (25)

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

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



ISSN 2679-2737



Une région où le luxe trouve sa source

Ma Région | avancer, partager

