

RHÔNE-ALPES ÉCONOMIE



Photo F. Ardito

“Chaque dessin est exécuté à la main. Nous travaillons maintenant avec des aciers pour l’industrie, mais toujours avec le marteau et l’enclume”, explique Claude Bétemps, PDG de la ferronnerie Bétemps, à Bons-en-Chablais, secondé par son fils Mathieu. (Lire p. 44.)

Des métiers et savoir-faire entre innovation et tradition

Forte de son industrie, la région Rhône-Alpes brille aussi par ses entreprises aux savoir-faire d’exception. Tour d’horizon de métiers qui s’inscrivent dans le patrimoine régional.

Sur les bords de l’Isère, à Beauvoir-en-Royans, des maçons s’activent au milieu des vestiges d’un bâtiment conventuel. En cours de restauration, l’ancien couvent des Carmes, un édifice du XVII^e siècle, abritera bientôt le Musée delphinal, des salles d’exposition et une boutique de liqueurs Mousseline des Alpes, consolidant ainsi la vocation

touristique et culturelle de la riante vallée du bas Grésivaudan. Spécialiste de la restauration des bâtiments historiques et patrimoniaux, la société Glénat Entreprise, basée à Saint-Romans (Isère), s’est vu confier le projet de restauration des façades de ce vaste édifice de 1 200 m². Elle est aussi chargée de la reconstruction des encadrements ●●●



ISÈRE

Denis Cavat,
PDG de Glénat Entreprise.

Glénat Entreprise rebâtit l'histoire

Spécialisée dans la restauration de bâtiments historiques, Glénat Entreprise (CA 2007 : 2,4 M€, 30 personnes) rayonne sur une dizaine de départements du sud-est de la France. La société valorise des techniques aussi rares et délicates que la taille de pierres et la préparation d'enduits traditionnels à la chaux. "Nous nous attachons, par exemple, à reconstruire à l'identique des pierres manquantes et à restaurer des éléments érodés sur des monuments divers, classés ou non", explique Denis Cavat, PDG de Glénat Entreprise. Outre la restauration en cours du couvent des Carmes à Beauvoir-en-Royans, Glénat Entreprise s'est attelée à la requalification du couvent Sainte-Cécile à Grenoble, où la maison d'édition Glénat (qui n'a rien à voir avec l'entreprise susdite) transférera son siège social au printemps. Parmi ses récents chantiers de restauration et d'entretien figurent aussi les églises communales de La Buisse et de Saint-Jean-de-Moirans, ainsi que le couvent de la Grande-Chartreuse. "Il y a un engouement général pour la protection et la préservation du patrimoine en France, et cela concerne aussi bien le lavoir communal que l'église ou le pigeonnier. On a pris conscience de la valeur des paysages et du patrimoine bâti", se félicite Denis Cavat, qui a par ailleurs créé la société Arbois en 2005, spécialisée dans la restauration de menuiseries et de boiseries, pour compléter l'offre de Glénat Entreprise.

●●● en pierre de taille et des sols intérieurs, ainsi que de la réfection à l'identique des portes et des peintures. Denis Cavat, le PDG de Glénat Entreprise, se réjouit de l'intérêt du public pour le patrimoine en France. Cet engouement profite à de nombreuses activités. On sait aujourd'hui que les savoir-faire anciens contribuent à l'identité d'un territoire. Leur ancrage dans le présent témoigne de l'histoire des hommes, scelle une appartenance culturelle, à l'image de la ganterie à Grenoble, du textile dans

la région lyonnaise ou encore de la poterie dans la Drôme.

Des compétences aussi rares que précieuses

Ces métiers font appel à des connaissances souvent locales, ce qui en fait à la fois l'attrait et la fragilité. Parce que ces savoir-faire sont très spécifiques et dépendants de machines parfois uniques, les entreprises sont contraintes de former elles-mêmes leurs salariés. C'est le cas de La Scourtinerie, à Nyons, dans la

Drôme, dont l'activité de fabrication de tapis ronds repose sur un prototype, sans doute la plus vieille machine à scourtins encore en état de marche. "Les machines à scourtins ont été inventées à la fin du XIX^e siècle par mon arrière-grand-père, Ferdinand Fert. Elles n'ont jamais été reproduites, nous devons donc les réparer nous-mêmes. Heureusement, nos aïeux étaient très prévoyants, ils avaient préparé des pièces de rechange", sourit Arnaud Fert, codirigeant de La Scourtinerie.

La problématique humaine prédomine aussi à la tannerie Rougy, en Savoie. Parce qu'elle nécessite de connaître le fonctionnement des machines rares et difficiles à manipuler, la formation de tanneur-apprêteur dure de six mois à un an dans l'entreprise : "Il n'y a pas d'école pour ce métier en France. C'est à nous de former le collaborateur, ce qui représente un investissement lourd pour une petite structure comme la nôtre. Nous cherchons toujours des personnes motivées, attirées par un savoir-faire unique", explique Gérard Gléréan, cogérant de la tannerie. Même écho chez Glénat Entreprise. Dans un métier aussi complet que la restauration de bâtiments historiques, il n'est pas simple de trouver les compétences en taille de pierre et en préparation d'enduits : "Le geste et le bon sens prévalent. Nous avons dans nos équipes plusieurs exemples de personnes issues

HAUTE-SAVOIE

La ferronnerie Bétemps se forge une réputation internationale

ABons-en-Chablais, la ferronnerie familiale Bétemps (CA 2007 : 1 M€, 15 personnes) réalise depuis plus de soixante-dix ans des ouvrages en fer forgé sur mesure : rampes d'escalier, portails, marquises, tonnelles, lanternes, balcons, tables... Ici, les pièces sont façonnées dans les règles de l'art, à l'ancienne : "Chaque dessin est exécuté à la main. Nous travaillons maintenant avec des aciers pour l'industrie, mais toujours avec le marteau et l'enclume. Notre souci du détail s'exprime à chaque étape, jusqu'à la finition", explique Claude Bétemps, PDG de la ferronnerie Bétemps SA. La maison a su se faire connaître auprès des particuliers et des professionnels du tourisme du monde entier grâce à un style inimitable, érigé en véritable signature et prisé d'une clientèle haut de gamme. À tel point que les pièces, forcément uniques, constituent une véritable œuvre de collection. Porté par sa réputation, le sceau Bétemps a franchi les frontières : "Notre zone de chalandise s'étend à travers toute l'Europe, des palaces de la Côte d'Azur et de Monaco jusqu'à Moscou. Nous travaillons également pour des clients au Proche-Orient et à Tokyo", précise Mathieu Bétemps, prêt à prendre la relève. Près de 70 % de la production de la ferronnerie Bétemps est aujourd'hui destinée à l'export.

Ces métiers à fort savoir-faire font souvent mieux que résister : ils innovent, prennent de nouveaux paris et mènent des politiques commerciales performantes.

de domaines très différents qui ont pris goût à ce métier et ont acquis les bons gestes par transmission interne des savoir-faire", décrit Denis Cavat.

Pour la ferronnerie Bétemps, en Haute-Savoie, la réussite d'un recrutement dépend avant tout de la motivation individuelle. "Ce n'est pas facile de trouver des jeunes. Cependant, nous avons constaté un intérêt grandissant auprès des nouvelles générations. Elles semblent plus nombreuses à trouver leur travail épanouissant. C'est un point positif pour nous", reconnaît Mathieu Bétemps. À noter que les entreprises qui ont réussi à franchir les décennies sont souvent celles dont le capital est resté familial. N'a-t-on pas trouvé mieux que la famille pour transmettre l'amour du travail bien fait ? À la Cuivrie de Cerdon, dans l'Ain, le grand-père de Maurice Goy, l'actuel directeur commercial, travaillait déjà ici. Lui-même est entré dans l'usine à l'âge de quatorze ans, et ses fils, Dominique et Didier, en sont les cogérants depuis une huitaine d'années. "J'ai décidé de reprendre l'affaire en 1979, alors que la concurrence étrangère menaçait de porter un coup fatal à l'entreprise. J'ai eu l'idée de miser sur ses qualités patrimoniales, au moment où les autres acteurs du marché se lançaient dans de nouvelles techniques. C'est sûr qu'aujourd'hui, en France, nous sommes les seuls !", sourit Maurice Goy.

Des objectifs économiques diversifiés

Ces métiers à fort savoir-faire font souvent mieux que résister : ils innovent, prennent de nouveaux paris et mènent des politiques commerciales performantes. Si la production a largement diminué, la Cuivrie de Cerdon a relancé son activité en proposant son site à la visite pour en faire l'un des bijoux du tourisme industriel en France. Un magasin de vente adossé à la fabrique et un site Internet marchand lui permettent d'écouler une partie de sa production, mais aussi celle de fabricants étrangers rigoureusement sélectionnés. "Notre main-d'œuvre est surtout tournée vers la restauration d'objets anciens et le rétamage. Nous fabriquons encore des petites séries, comme les lampes à pétrole, les chaudrons et les trophées. Il faut cependant savoir admettre que l'Italie, la Turquie ou l'Inde font aussi bien que nous, et c'est pourquoi notre offre s'est étoffée", conclut Maurice Goy. Si son développement a été encouragé par les pouvoirs publics au fil des siècles compte tenu de la nature de son activité, le Banc officiel d'épreuve, à Saint-Étienne, doit sa croissance récente à sa dynamique commerciale. "Nous avons tissé un réseau de partenaires très important : organismes étatiques et ministères, mais aussi écoles, associations, clubs de tir et maintenant pôles de compétitivité, pour arriver à capter en

moyenne trois nouveaux clients par mois, armuriers et industriels du blindage. Notre succès repose sur la taille humaine de la société, gage de souplesse et de réactivité", explique Patrice Renaudot, directeur du Banc officiel d'épreuve.

À La Scourtinerie, la stratégie de diffusion revêt également une importance cruciale. "Nous nous méfions des gros marchés, qui risquent de nous banaliser, explique Arnaud Fert. Nous préférons développer notre activité au rythme du bouche-à-oreille car nous ne voulons pas perdre notre âme. Nous tenons à garder une qualité irréprochable."

Souvent contraints par la recherche de volume, les négociants n'ont pas toujours la possibilité d'offrir les meilleures garanties de diffusion aux entreprises artisanales. "Nous préférons les décorateurs car ils partagent notre exigence de la qualité et entretiennent une relation de proximité et de grande confiance avec leurs clients", témoigne quant à lui Éric Marjolet, l'actuel dirigeant d'une entreprise familiale de meubles haut de gamme.

Des efforts de promotion partagés

Commercialiser à petite échelle auprès de cibles choisies n'empêche pas d'engager de vigoureuses politiques de promotion. Le scourtinier est en passe de devenir le 271^e métier d'art en France, et La Scourtinerie sera prochainement labellisée "Entreprise du patrimoine ●●●

La Scourtinerie tisse son image

ANyons, une vieille magnanerie du XVIII^e siècle abrite La Scourtinerie (CA 2007 : 150 k€, 3 personnes), la dernière manufacture française de scourtins. Les scourtins ? Ce sont à l'origine des filtres végétaux utilisés depuis l'Antiquité pour l'extraction de l'huile d'olive, déclinés aujourd'hui en tapis, paillasons et dessous-de-plat provençaux. Un accident climatique est la cause de ce détournement de production. "L'hiver glacial de 1956 a décimé les oliviers de Provence, au point qu'il a fallu réorienter une partie de notre production. Au même moment, la guerre en Algérie, un pays devenu l'un de nos plus gros clients, avait failli porter un coup fatal à notre activité. L'idée de faire des tapis est née dans l'urgence, et elle s'est révélée efficace", raconte Arnaud Fert, représentant de la quatrième génération des scourtiniers de Nyons. Les scourtins ont conservé la forme ronde ou ovale des filtres d'origine. C'est avec la fibre externe de la noix de coco, importée d'Inde, que l'atelier les fabrique aujourd'hui. "C'est la fibre la plus résistante, en plus d'être imputrescible", confirme Frédérique Villeneuve, gérante de La Scourtinerie. Identique depuis sa création en 1882, l'atelier de tissage est aujourd'hui proposé à la visite. Solidarité régionale oblige, la boutique attenante commercialise non seulement les objets fabriqués à l'usine mais aussi d'autres produits de l'artisanat local, à base de bois d'olivier, notamment.

DRÔME



Frédérique Villeneuve, gérante de La Scourtinerie.

Photo A. Guillaume

SAVOIE



Janique et Gérard Gléréan,
gérants de la tannerie Rougy.

Photo F. Ardito

La tannerie Rougy fait peau neuve

Attignat-Oncin, sur les rives du lac d'Aiguebelette, la société Rougy (CA 2007 : 220 k€, 7 personnes) est l'un des derniers artisans tanneurs de France. Elle est spécialisée dans l'apprêtage de peaux d'animaux destinés aux muséums d'histoire naturelle et aux taxidermistes du monde entier. Entre les mains de Gérard Gléréan, cogérant avec sa femme Janique, passent les grands fauves des zoos et des cirques, ainsi que quelques trophées de chasse : tigres, panthères et lions, éléphants et rhinocéros, mais aussi crocodiles et serpents... "Environ 80 % des animaux proviennent d'Afrique et quelques-uns d'Asie centrale. Nous avons gardé des techniques manuelles et utilisons des machines vieilles de deux siècles", explique Gérard Gléréan. En témoigne cette écharneuse verticale qui trône près des cardeuses et autres lustreuses plus modernes, employées pour la confection de chaussons et de petits gilets en peau de vache et de mouton. Ces articles sont commercialisés depuis l'atelier, ouvert aux visites sur rendez-vous. Car la tannerie Rougy participe aussi à l'attractivité touristique de la région durant la belle saison. "Les voyageurs nous ont inscrits dans leurs catalogues, ce qui nous permet de perpétuer l'activité en dépit des contraintes réglementaires et des coûts salariaux qui affaiblissent notre compétitivité", conclut Gérard Gléréan.

●●● vivant" par le ministère des PME, du Commerce et de l'Artisanat. Le label "Entreprises du patrimoine vivant" a été créé par une loi de 2005 en faveur des PME pour promouvoir le développement des entreprises détenant "un patrimoine économique, composé en particulier d'un savoir-faire rare, renommé ou ancestral, reposant sur la maîtrise de techniques traditionnelles ou de haute technicité et circonscrit à un territoire". Plusieurs entreprises ont récemment décroché le label, à l'instar des établissements Marcel Gandit, à Bourgoin-Jallieu, spécialisés dans la photogravure pour l'industrie textile, et de la Société d'impression sur étoffes du Grand-Lemps, tous deux filiales du Holding Textile Hermès. Cet effort de reconnaissance officielle contribue à la promotion de ces activités. De même, l'ouverture de certains ateliers au public doit montrer l'importance du travail requis par chaque produit. "Il nous faut insister sur notre image traditionnelle et confidentielle, l'ancrer dans les esprits", précise Arnaud Fert, de La Scourtinerie. Présente sur la "Route des savoir-faire" du parc naturel régional de Chartreuse, la tannerie Rougy travaille quant à elle activement avec les offices du tourisme du terroir pour développer sa notoriété. Elle reste cependant soumise au même

aléa que les autres acteurs du secteur, à savoir la météorologie, qui fait la pluie et le beau temps de la fréquentation estivale en montagne. D'autres entreprises se sont regroupées pour défendre leur métier et leur image, comme une quinzaine de potiers du Pays de Dieulefit dans la Drôme qui, sous l'impulsion des élus locaux et des organisations consulaires, ont créé la marque Dieulefit Original afin de garantir l'authenticité de la production et ainsi pallier les contrefaçons. Daniel Garcia, dirigeant de l'Atelier de Chervinges, dans le Rhône, insiste sur la nécessité de valoriser les dirigeants comme de véritables artistes, porteurs d'une technique et d'un savoir-faire éprouvés. "Chaque village a créé son marché de la création pour faire la promotion de l'art, et c'est très bien. Mais attention à ne pas mélanger les professionnels et les amateurs, car il devient très difficile de justifier nos prix ! Notre métier n'est pas un passe-temps", alerte-t-il. À Grenoble, un projet de musée-école est en train de voir le jour. Porté par l'Association syndicale corporative de la ganterie grenobloise et l'Association des amis du musée vivant de la ganterie, il devrait permettre de sensibiliser le grand public à ce métier menacé de disparition et susciter de nouvelles vocations.

Des marchés locaux à l'export

Même dans des métiers qui semblent figés dans le temps, l'innovation produit reste un moteur de performance. La maison Marjolet, à Balgigny, a récemment présenté une nouvelle collection de meubles Louis XV avec des façades de tiroir en cuir imitation crocodile. "Ils ont fait sensation au salon Maison et Objet de Paris", se réjouit Éric Marjolet. Cependant, nombre d'entreprises à fort savoir-faire dépendent d'abord des politiques publiques. "L'activité de restauration des bâtiments historiques découle des arbitrages budgétaires de l'État, explique Denis Cavat. Or le ministère de la Culture et de la Communication s'est davantage préoccupé du spectacle vivant que du patrimoine bâti, ces dernières années. Heureusement, les régions et les départements prennent la relève. Nous avons la chance d'avoir un conseil général très investi dans l'aide aux communes et qui se soucie réellement du patrimoine", rassure-t-il.

Et quand les marchés locaux deviennent trop étroits, il reste la solution de l'export. Loin de s'arc-bouter sur leur terroir, ces entreprises sont nombreuses à chercher leur croissance à l'international, quitte à devoir fournir d'importants efforts. Pour consolider sa performance

Loin de s'arc-bouter sur leur terroir, ces entreprises sont nombreuses à chercher leur croissance à l'international.

La Cuivrierie de Cerdon cisèle son avenir

Casseroles étamées, poêles, confituriers, faitouts ou encore services à fondue : les machines de la Cuivrierie de Cerdon (CA 2007 : 550 k€) fabriquent depuis la création de l'usine en 1854 toute la gamme d'accessoires de cuisine en cuivre. Les principales chaînes de télé nationales lui ont consacré des reportages ces deux dernières années. La Cuivrierie de Cerdon est une vraie star du patrimoine industriel français. Même le cinéma l'a immortalisée à travers une séquence du célèbre film *Les Enfants du marais* de Jacques Becker. Grand prix du patrimoine rhônalpin dans la catégorie "Savoir-faire" en 2005, la Cuivrierie de Cerdon s'est vu attribuer l'an passé le prestigieux label "Entreprise du patrimoine vivant" par le ministère des PME, du Commerce et de l'Artisanat. Elle rejoint ainsi le cercle très fermé des entreprises historiques représentatives de l'excellence française, aux côtés des carrés Hermès, de la porcelaine de Limoges et de Givenchy. Sa longévité contre vents et marées, son souci constant de la qualité et le respect des gestes d'autrefois expliquent cette renommée. "Le développement de la cuivrierie a été rapide, notamment à l'export, avec des marchés significatifs en Orient, raconte Maurice Goy, directeur commercial.



Maurice, Didier et Dominique Goy, dirigeants de la Cuivrierie du Cerdon.

Photo D. Gillier

Au début du XX^e siècle, l'âge d'or de l'usine, une centaine d'ouvriers travaillaient ici." Et s'ils ne sont plus qu'une dizaine à perpétuer le geste aujourd'hui, les dinandiers et les repousseurs de la Cuivrierie de Cerdon sont fiers de dévoiler leur savoir-faire aux quelque 50 000 visiteurs annuels du site.

à l'export, la ferronnerie Bétemps participe à deux salons par an, au minimum. Elle a récemment tenu un stand lors d'un salon à Dubaï. L'objectif était de séduire une clientèle à fort pouvoir d'achat. "Savoir trouver les bons correspondants locaux n'est pas simple, surtout à cause de la barrière de la langue", explique Éric Marjolet, qui n'hésite pas à se déplacer

en Asie pour défricher de nouveaux marchés. Le fabricant de meubles de luxe reconnaît que la situation à l'export s'est stabilisée à l'issue d'une phase critique entamée après les attentats du 11 septembre et prolongée par la guerre en Irak. "C'est maintenant un euro trop fort par rapport au dollar qui nous pénalise", estime-t-il. La ganterie Lesdiguières-

Barnier, en Isère, mise aussi sur l'export pour sa pérennité. Plus de la moitié de son chiffre d'affaires est aujourd'hui réalisé à l'international, notamment au Japon. Elle réussit à juguler la concurrence asiatique en s'efforçant de sortir de nouvelles collections deux fois par an, mais aussi en insistant sur la qualité des produits. "Nous ne nous sommes ●●●

Le Banc officiel d'épreuve blinde sa croissance

Créé par un arrêté royal en 1782, le Banc officiel d'épreuve (CA 2007 : 1,8 M€, 24 personnes) est l'un des plus anciens organismes nationaux. Son activité initiale de test d'armes à feu civiles pour assurer la sécurité du tireur a évolué au gré des soubresauts de l'histoire de France. Rattaché en 1856 à la CCI de Saint-Étienne, il devient le sous-traitant des fabricants d'armes à feu stéphanois. Entamé dès 1910, le processus de normalisation des méthodes d'épreuve européennes deviendra réalité en 1969, permettant à la société d'étendre son influence. "Depuis 1982, le Banc officiel d'épreuve développe aussi les métiers de contrôle de munitions et de neutralisation des armes à feu. En 1988, nous avons créé un laboratoire de résistance balistique des matériaux, qui représente actuellement un tiers de notre activité", dévoile Patrice Renaudot, directeur du Banc d'épreuve. Cette diversification permet à la société de cibler l'ensemble de l'industrie du blindage, tant pour la construction des véhicules blindés et du matériel ferroviaire, les menuiseries domestiques, les bateaux et l'aéronautique civile et militaire que pour le matériel destiné à la Police nationale. Elle réalise aujourd'hui un tiers de son chiffre d'affaires à l'export, dans une douzaine de pays dont l'Inde, les États-Unis et l'Allemagne.



Patrice Renaudot, directeur du Banc officiel d'épreuve.

Photo P. Ronny

ROANNE



Eric Marjolet, dirigeant des meubles Marjolet.

Photo T. Béguin

Les meubles Marjolet s'attablent à l'international

A Balbigny, les meubles Marjolet (CA 2007 : 1,4 M€, 12 personnes) s'inscrivent dans la tradition de l'ébénisterie haut de gamme. Spécialiste de la copie de meubles et de sièges anciens, l'atelier familial, créé en 1910, s'inspire notamment de la dynastie Hache et du style du XVIII^e siècle. "Nous ne sommes ni dans l'industrie ni dans l'artisanat ; quelques techniques de découpe sont industrielles, le reste est manuel. Et les systèmes d'assemblage sont faits comme autrefois", explique Eric Marjolet, actuel dirigeant de la société. En trois générations, l'entreprise a réussi à élargir son portefeuille de clients, notamment vers la Suisse et la Belgique, à partir de la fin des années 1960. Un local de stockage et d'expédition, une dizaine d'années plus tard, répondra à ses ambitions internationales. Depuis, les meubles Marjolet s'exportent un peu partout dans le monde, à travers l'Europe, en Amérique du Nord et en Israël, mais également au Japon et en Chine. "Le marché du meuble en Chine ne génère pas beaucoup de recettes, faute d'un volume suffisant. Nous gérons pour l'instant plus une image qu'un chiffre d'affaires, mais nous y avons des projets", précise Eric Marjolet. En France, les meubles Marjolet équipent, entre autres, les hôtels haut de gamme de Disneyland à Paris, un marché qui pourrait lui ouvrir les portes de Disneyland aux États-Unis.

●●● pas mécanisés, ce qui nous permet de travailler au quart de taille près, pour un confort optimal de la main", explique le gérant, Jean Strazzeri, élu Meilleur ouvrier de France en 2000 et Prix de l'intelligence de la main en 2003.

Des freins de plus en plus structurels

Aux dires de certains dirigeants, l'État promet d'une main ce qu'il bride de

l'autre. Claude Bétemps tient à souligner un frein majeur au maintien de la compétitivité de l'entreprise : "Notre main-d'œuvre est française à 80 %, et elle nous coûte cher comparativement à d'autres pays. Il faut que les pouvoirs publics encouragent et valorisent le travail manuel. Or tout est fait pour privilégier les machines plutôt que les hommes." La tannerie Rougy a dû, elle, affronter

le durcissement des réglementations environnementales à l'échelle nationale et européenne : "Les contraintes sont devenues très élevées, notamment en matière de traitement d'effluents. Nous sommes obligés de respecter des taux de pH et de DCO (*demande chimique en oxygène, NDLR*) très stricts, de même que la température de l'eau rejetée." Sans compter l'affaire de la vache folle,

L'Atelier de Chervinges en fait voir de toutes les couleurs

La passion est souvent un moteur essentiel à la motivation d'entreprendre. Daniel Garcia en sait quelque chose. Il a revendu en 2000 son entreprise de maintenance industrielle pour réaliser un vieux rêve d'enfant : fabriquer des vitraux. Une formation à Chartres puis à Düsseldorf, en Allemagne, et un passage dans des ateliers à Paris, notamment, l'ont conduit à créer, avec son épouse Ghislaine, l'Atelier de Chervinges, à Gleizé, en 2003. "Il faut du temps dans cette discipline pour être opérationnel et savoir appliquer les bonnes techniques", justifie-t-il. Dans son atelier de 750 m² éclairé par d'imposantes verrières, Daniel Garcia a notamment adopté le procédé du *fusing*, qui consiste à superposer des morceaux de verre et à les porter à un point de fusion dans un four pour former une seule pièce homogène. Fort de cette technique aussi rare que délicate à mettre en œuvre, il a déjà pu participer à la restauration des vitraux de plusieurs églises régionales et travaille avec des architectes d'intérieur à la réalisation de panneaux et d'accessoires de décoration sur mesure. "Nous ciblons aussi les restaurateurs haut de gamme en leur fournissant notamment des assiettes de présentation et des services à dessert, et cela à travers la France entière." Daniel Garcia crée par ailleurs des collections pour des magasins spécialisés.

VILLEFRANCHE



Daniel Garcia, gérant de l'Atelier de Chervinges.

Photo V. Geut

SIEGL fait excellente impression

Créée en 1925, la Société d'impression sur étoffes du Grand-Lemps (SIEGL ; CA 2007 : 8,5 M€, 130 personnes) s'est fait un nom dans les tissus imprimés pour l'univers de la mode en fabriquant notamment, et ce depuis 1951, les fameux carrés Hermès, symboles du raffinement français. Des investissements réguliers lui ont permis de s'adapter aux changements technologiques, sans que jamais la société ne renie ses techniques plus anciennes : "Nous sommes l'une des dernières entreprises à proposer des techniques d'impression aussi variées que le cadre plat, les machines rotatives ou le jet d'encre", explique Nataly Ferrand, responsable de l'établissement. La SIEGL est ainsi à même de réaliser tout type d'impression, quelles que soient les contraintes de volume, de délais et de support. "Notre réussite réside dans notre capacité à nous adapter rapidement aux demandes de nos clients", dévoile Nataly Ferrand. Intégrée au groupe Hermès en 2002, la société travaille aussi pour d'autres marques telles que Lacoste, Kenzo, Dim ou Lejaby, mais également pour le tissu technique et médical. Lauréate des Trophées 2005 de la CCI du Nord-Isère, dans la catégorie "Qualité, sécurité et environnement", la société poursuit par ailleurs une politique active de formation de ses salariés : "Nous avons formé trois jeunes collaborateurs l'an passé, et encore deux cette année. Nous avons conscience de notre rôle à jouer au sein d'un bassin rural pour créer une dynamique locale", confirme Nataly Ferrand.



Nataly Ferrand,
responsable de SIEGL.

Photo F. Ardito

"Nous devons être en mesure d'apprendre à transmettre le savoir-faire"

qui oblige désormais la tannerie à incinérer ses déchets animaux, ce qui représente un coût très important. "Il faut ajouter à cela des charges sociales et patronales qui nous pénalisent face à des concurrents étrangers, en particulier l'Afrique du Sud, qui a fait de la tannerie et de la taxidermie une véritable industrie", regrette Gérard Gléréan. Quant aux meubles Marjolet, ils ont investi plus de 40 000 euros l'an passé pour améliorer l'isolation phonique de leurs ateliers. "Nous allons encore investir cette année pour nous conformer à des normes toujours plus contraignantes. Nous comprenons ces impératifs, mais il est nécessaire de les harmoniser à l'échelle de la planète pour œuvrer sur des marchés à armes égales. Si nous sommes les seuls à devoir les respecter, ils deviennent très lourds", confirme Éric Marjolet.

Replacer l'homme au cœur

Si la Cuivrierie de Cerdon poursuit sa production à petite échelle, son directeur Maurice Goy évoque des zones d'incertitude, principalement liées à la pénurie de main-d'œuvre : "Quand les jeunes voient les marteaux, ils prennent peur. Nous ne pouvons pas leur promettre de gros salaires ; il faut être passionné par le geste avant tout. Nous butons sur la capacité de production car les meilleurs

chaudronniers sont maintenant à la retraite. Nous souhaiterions embaucher une personne qualifiée issue d'un pays étranger, mais la barrière de la langue est difficile à surmonter. Peut-être nous tournerons-nous vers des chaudronniers seniors, qui ont envie d'achever leur carrière en se faisant plaisir dans un métier plus artistique." Jacques Chanut, président de la Fédération du BTP de l'Isère, insiste aussi sur la fragilité des métiers très techniques : "Cette technicité française risque de disparaître si les pouvoirs publics ne maintiennent pas les budgets pour la formation." Cette situation inquiète également Éric Marjolet : "Les écoles forment de moins en moins de jeunes car il y a peu de débouchés. En particulier, le savoir-faire de la sculpture sur bois est en train de disparaître, en raison d'un marché insuffisant. Ce que la France risque de perdre en savoir-faire, elle ne le retrouvera pas." L'avis de Denis Cavat, par ailleurs président de la section maçonnerie de la Fédération du BTP de l'Isère, est plus nuancé : "Les maîtres verriers, les stucateurs, les gypseries sont menacés, faute de commandes suffisantes. Mais je garde espoir avec le renouveau de la tradition, parce que l'on reprend conscience de la valeur du beau." Jean Strazzeri espère de son côté que le musée-école de la ganterie réveillera

les mémoires : "Je ne prendrai ma retraite que lorsque j'aurai réussi à former les futurs gantiers de Grenoble." Enfin, Nataly Ferrand insiste sur la nécessité de préserver le facteur humain. "La capitalisation de l'acquis est déterminante dans la pérennité d'une entreprise, quelle qu'elle soit. Nous devons être en mesure d'apprendre à transmettre le savoir-faire", estime la responsable d'établissement de la SIEGL. L'homme doit rester au cœur de l'entreprise, c'est la leçon que je tire. L'investissement en machines performantes ne trouvera son intérêt que si les opérateurs continuent à comprendre et à maîtriser le geste initial." ■ R. Gonzalez

Ce dossier, réalisé pour la Chambre régionale de commerce et d'industrie, est diffusé par les magazines :

Présences, Grenoble (34 000 ex.),
Info CCI, Haute-Savoie (30 000 ex.),
Partenaires Savoie (25 500 ex.),
Informations économiques, Saint-Étienne-Montbrison (20 000 ex.),
Grand Angle 01, Ain (19 000 ex.),
L'Économie drômoise (18 500 ex.),
Nord-Isère économie (14 400 ex.), *Roanne éco* (10 000 ex.),
Entreprendre en Beaujolais (6 000 ex.)

Photos : F. Ardito (Nord-Isère, Isère, Savoie, Haute-Savoie),
T. Beguin (Roanne), D. Gillet (Ain), V. Gout (Villefranche),
A. Guillaume (Drôme), P. Rony (Saint-Étienne). Tous droits réservés.
Contact : Magazine *Présences*. Tél. : 04 76 28 28 66.

NOUVEAU

Panorama de l'économie Rhône-Alpes

Edition 2007

Des informations pour comprendre
Des clés pour mieux décider

- 200 pages d'analyses et de commentaires
- 22 chapitres
- 60 cartes
- 90 graphiques

Des données issues :
- des 46 observatoires économiques de la CRCI et des CCI de Rhône-Alpes
- de 50 autres sources d'information complémentaires



www.rhone-alpes.cci.fr

Des informations multiples accessibles facilement

décryptent et mettent en perspective l'économie régionale à l'échelle nationale, européenne et internationale.



- > quatre grandes parties :
 - la place de Rhône-Alpes en Europe
 - le territoire régional
 - les activités économiques
 - l'environnement économique
- > un index thématique
- > des liens intelligents
- > un moteur de recherche

On line ou Off line, à vous de choisir !

www.panorama.rhone-alpes.cci.fr

Consultez gratuitement le Panorama depuis le site portail des CCI de Rhône-Alpes. Cette version vous offre un accès privilégié à la base de données des établissements rhônalpins comptant 50 salariés ou plus. Au total, 4 000 fiches de présentation d'établissements de l'industrie, des services et du commerce.

Le CD-rom 2007

Accédez au Panorama hors connexion Internet et conservez des données pour constituer vos propres historiques.

La nouvelle édition 2007 (prix 50 euros) ainsi que l'édition 2003 sont disponibles : pour toute commande, contactez le **service Documentation de la CRCI Rhône-Alpes** - Tél. 04 72 11 43 58/59/60

Le Panorama de l'économie Rhône-Alpes a été réalisé avec les 12 CCI de Rhône-Alpes, 1^{er} réseau de proximité des entreprises.