

le CENTRE du LUXE et de la CREATION

Compte-rendu 3^{ème} table ronde du Sommet du luxe et de la création

LUXE EN TRANSITION : LES METAMORPHOSES DE LA PRODUCTION

Nous remercions tout particulièrement les partenaires de cette 19^{ème} édition du Sommet du Luxe et de la Création, qui nous ont permis de nous réunir le 12 mai 2022.

RÉGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE

aer
agence économique
régionale de
Franche-Comté

grand
besançon
développement

CHALHOUB GROUP

Christofle
PARIS

LUXURYNSIGHT
LY
EMPOWERING DATA

Meta

SUP
de
LUXE
PARIS

istituto marangoni
enhancing talent since 1935

L&P
lemens
& PARTNERS

SciencesPo

FONDAZIONE
COLOGNI
MESTIERI D'ARTE

CRISTEL
PARIS

bpifrance

LUXUS +

Quelles sont les réponses que les acteurs du luxe apportent dans ce contexte post-covid et de guerre en Ukraine, aux attentes des consommateurs en termes de responsabilité environnementale et sociale, de relocalisation, ... ?

La parole a été donnée à des chefs d'entreprise mais aussi et principalement à des ingénieurs. Leurs réponses ont été unanimes. Les métamorphoses de la production reposent sur deux piliers : les innovations et le management.

Tony Pinville, président et co-fondateur d'Heuritech, société créée en 2013, est un spécialiste de l'étude de la désirabilité des marques afin de réduire l'overstock, qui est un problème majeur dans ce secteur.

Lorsque l'on sait qu'à l'échelle mondiale, plus de 375 milliards de vêtements sont invendus par an, on appréhende mieux le désastre environnemental et économique que cela représente tant pour la Terre que pour les entreprises.

Pour éviter ce problème, Heuritech propose une solution qui consiste à utiliser la technologie de l'intelligence artificielle pour mieux comprendre les dynamiques du marché et les tendances des consommateurs, afin de mieux anticiper leurs besoins, sachant qu'il est important de noter que la destruction des invendus est désormais interdite en France.

Lorsque Julien Tuffery, président de la 4ème génération de l'Atelier Tuffery, a décidé de reprendre en 2015 l'atelier familial, le nombre de salariés est passé de 2 à 26 emplois direct et le chiffre d'affaires a bondi de 100k € après avoir investi près de 4 millions d'euros.

L'atelier Tuffery est l'une des plus anciennes manufactures françaises de jeans, qui a failli disparaître en tant que belle endormie cachée au fin fond des Cévennes. Mais grâce à leur joyau de patrimoine, leur savoir-faire inestimable et une approche durable de management, l'Atelier a su rester fidèle à ses racines tout en évoluant avec leur temps.

La société se concentre sur des filières françaises, de la culture du lin et du chanvre en passant par la production de laine. Cette chaîne de production implique un grand nombre d'acteurs, mais tous

partagent un engagement commun envers la qualité et la durabilité.

Chafik Ghasmi, fondateur et directeur de Chafik Studio, est un visionnaire qui comprend que dans l'ère de la convergence, les métiers se conjuguent, se rencontrent et se nourrissent mutuellement. Dans le monde du luxe, cette convergence est encore plus marquée. Grâce à son équipe pluridisciplinaire, Chafik Studio accompagne les marques dans leur quête d'identité durable.

Pour Yann Buillon, directeur général adjoint de Percipio Robotics, l'objectif est de développer des solutions robotiques et cobotiques pour le micro-assemblage de composants de très petites tailles. Leur but est d'atteindre une précision ultime dans leurs assemblages. Cette technologie de pointe leur permet de répondre à une multitude de problématiques actuelles dans le monde de l'industrie, telles que la relocalisation, la durabilité et le savoir-faire. Percipio Robotics utilise des technologies disruptives et numériques pour repousser les limites de la faisabilité, créant ainsi des dynamiques fascinantes. Ils cherchent toujours à innover pour proposer des solutions de pointe à leurs clients.

Enfin, Cyrile Deranlot, président de Daumet et ingénieur de recherche au CNRS, est un véritable pionnier dans son domaine. Il a créé l'or blanc le plus pur au monde. Son entreprise se spécialise dans le développement de matériaux et de procédés qui permettent d'économiser les métaux précieux. En effet, Daumet a créé l'or le plus blanc au monde, avec des méthodes qui peuvent remplacer le

palladium et le rhodium utilisés actuellement en bijouterie.

Grâce à cette innovation, il a développé d'autres procédés pour créer des dorures d'exception. La dorure existe depuis des milliers d'années, mais elle présente un gros inconvénient : elle ne dure pas dans le temps, ce qui la rend inutilisable sur des produits de luxe. La société Daumet a réussi à résoudre ce problème grâce à ses connaissances pointues en métallurgie de l'or. Leur expertise unique permet à l'entreprise de proposer des solutions innovantes et durables de l'ordre de l'artisanat d'art pour la maroquinerie, l'horlogerie, la haute joaillerie et le textile.

Cyrile cherche à proposer de nouvelles façons de travailler avec l'or, en particulier en cherchant à économiser les ressources naturelles.

Sur le sujet de la conjugaison des savoir-faire et des technologies pour aider à la relocalisation, **Julien Tuffery** explique que la base de l'Atelier Tuffery est de marier l'expertise artisanale avec les avancées technologiques. Il se plaît à dire que l'entreprise fait le même métier que son arrière-grand-père chaque jour, en assemblant le denim et le jean 5 poches, avec des méthodes qui n'ont pas changé depuis un siècle.

Cependant, il y a eu une modernisation des processus grâce à l'utilisation de la conception 3D et de la digitalisation. En 2022, il est heureux de constater que la fabrication ne consiste plus à mettre des travailleurs derrière une machine à coudre comme cela se faisait dans les années 70.

En ce sens, **Chafik Ghasmi** s'exprime sur l'impression 3D comme un outil d'accélération extraordinaire qui permet à

son équipe de valider des projets à petite échelle avant leur réalisation. Ils peuvent ainsi corriger les proportions, les hauteurs, les distances et les aspects ergonomiques en temps réel, ce qui leur permet de gagner du temps et de l'efficacité dans la production. L'impression 3D permet également de valider des objets très grands et compliqués à appréhender, tout en touchant aux aspects de proportion et d'ergonomie.

Julien Tuffery ajoute que certes, la réindustrialisation économique suscite l'enthousiasme, mais pour réussir, il faut se poser les bonnes questions. Il rappelle qu'il existe une certaine schizophrénie entre notre désir de produits locaux, durables et responsables et notre manque de réflexion sur la façon de les créer. La recréation d'un écosystème d'entreprise vertueux est nécessaire pour atteindre cet objectif, ainsi que la mise en place d'une culture d'entreprise qui valorise la polyvalence et l'excellence.

Le plus grand atout de l'entreprise est ses employés, et il estime qu'il est de sa responsabilité de donner un sens à leur travail. Les CV des candidats sont relégués au second plan, tandis que l'accent est mis sur leur état d'esprit, leur envie d'apprendre et leur désir de s'intégrer dans un projet d'entreprise qui a du sens. Pour lui, la réindustrialisation passera par le sens qu'ils réussiront à donner aux équipes.

Yann Buallion partage l'analyse de **Julien** sur la nécessité de donner du sens au travail pour attirer les jeunes générations vers l'industrie. Leur entreprise fonctionne selon un modèle libéré, où la motivation et l'implication sont privilégiées plutôt que les ordres et les hiérarchies. Par exemple,

la politique salariale de sa société est basée sur le progrès que les personnes ont envie d'établir. C'est sur le fondement de ce qu'ils ont envie d'apprendre que le salaire va être réévaluer.

Chafik Ghasmi ajoute l'importance de la collaboration dans la production. L'équipe de Chafik Studio travaille entièrement ensemble autour d'une grande table, avec leurs émotions et leur langage corporel pour créer des projets uniques en collaboration avec ses partenaires externes, ses sous-traitants et ses clients. Ils croient en la collaboration dès le début du processus pour gagner en temps et en efficacité.

Enfin, **Tony Pinville** souligne l'importance de la collaboration entre les différentes équipes, en particulier entre les experts de chaque métier et les experts en data. Selon lui, la data doit être présente partout et pas seulement dans un département dédié. En travaillant ensemble, les équipes peuvent mieux comprendre les besoins et les attentes des consommateurs, ainsi que les contraintes spécifiques de chaque secteur, pour développer des solutions adaptées et performantes.

La réindustrialisation de demain passe également par les innovations d'aujourd'hui. C'est ce que **Yann Buallion** démontre avec sa société.

Aujourd'hui, certaines entreprises sollicitent les services de Percipio Robotics pour répondre à leurs besoins de faire des tâches automatisées, souvent impossibles pour d'autres en raison de la petite taille des pièces. Ils constatent actuellement que la transition industrielle présente trois facteurs essentiels, dont le premier est la

réindustrialisation et la perte de savoir-faire dans l'industrie.

Yann Buallion souhaite que son entreprise propose des machines reconfigurables accessibles à des personnes sans formation technique poussée. Cela leur permettrait de répondre à la désindustrialisation et de ramener du savoir-faire en France en s'appuyant sur le numérique.

De même, il apporte une solution à ce problème de délocalisation en donnant des conditions de travail plus confortables aux opérateurs en utilisant l'intelligence artificielle pour apprendre le geste juste. En effet la cobotique, qui consiste à utiliser des robots comme outils au service des opérateurs, peut potentiellement numériser une partie du savoir-faire et valoriser le geste juste en éliminant les tâches les plus ennuyeuses et répétitives.

De son côté **Tony Pinville** a compris l'importance de mêler la gestion des stocks avec la désirabilité des marques pour un impact environnemental et économique diminués. La collaboration avec LVMH a permis à Heuritech de se rendre compte qu'ils avaient accès à une grande quantité d'informations sur les consommateurs, notamment via les réseaux sociaux, où plus de 3 milliards de personnes se connectent au moins une fois par mois. Il a également souligné que les réseaux sociaux ont un impact important sur les intentions d'achat des consommateurs, avec plus de 80% des achats qui sont influencés par ces plateformes.

Selon lui, il est essentiel de comprendre ce qui se passe sur les réseaux sociaux afin d'adapter les quantités et les produits en fonction de la demande future. Heuritech

analyse des milliards d'images chaque année, et grâce à l'intelligence artificielle, ils sont capables de détecter des éléments très précis permettant de mieux gérer les stocks. Heuritech dispose donc d'une forte granularité, qu'ils peuvent ensuite appliquer à des millions d'images dans le monde entier. Cette technologie leur permet de construire un modèle de prévision des tendances avec une précision de 90%, un an à l'avance.

L'importance de cette innovation est d'autant plus grande dans le secteur du luxe, où il est souvent question de produire moins, mais mieux. Cela permet aux marques de ne pas se contenter de leurs données historiques de ventes, qui sont intéressantes mais insuffisantes pour anticiper les tendances à venir. Il est donc essentiel de pouvoir anticiper quand une tendance est en décroissance pour adapter la quantité en conséquence. Heuritech travaille dans différents secteurs, mais leur collaboration avec VivaTech a permis d'améliorer leur présence à l'international et de travailler sur des sujets tels que la mesure de l'impact écologique d'une réduction des quantités produites.

De cette même façon, **Cyrile Deranlot** a créé la troisième façon d'obtenir de l'or blanc, la plus respectueuse de l'environnement et de manière moins coûteuse. Cette nouvelle technologie nécessitait cependant encore de la recherche et du développement. Les grandes maisons comme Hermès et LVMH ont vite repéré Daumet et ont approché la société pour résoudre leurs problèmes de dorure sur leurs produits de luxe

Grâce à l'expertise de Daumet dans la création d'or blanc, la collaboration avec

Hermès et LVMH et sa vision unique sur les matériaux, la société a réussi à résoudre les problèmes de dorure et à créer un savoir-faire unique qui est aujourd'hui utilisé dans l'industrie de la joaillerie de luxe. Bien que **Cyrile Deranlot** ait initialement voulu passer des bijoux plaqués à des bijoux massifs, il a finalement trouvé une voie plus innovante qui a permis à Daumet de se distinguer et de proposer des solutions écologiques et durables pour l'industrie de la joaillerie.

Contrairement à de nombreuses techniques de dorure existantes, Daumet s'appuie sur des techniques innovantes issues de la microélectronique. La société a réussi à innover non seulement dans les machines utilisées pour mettre en œuvre ces matériaux, mais aussi dans les procédés. Grâce à ces procédés, il a réussi à créer de nouveaux matériaux et à trouver des moyens efficaces pour que l'or s'accroche à une grande variété de matières, rendant les dorures durables dans le temps et utilisables sur des produits de luxe.

Chafik Ghasmi a été directeur artistique du groupe LVMH. Il a ainsi travaillé dans le monde du luxe, mais a finalement quitté le groupe pour fonder son propre studio d'architecture et de design. Son objectif était de créer des projets à fort impact écologique, et c'est ainsi qu'en 2004, il a lancé son premier projet : un hôtel dans le désert.

Chafik a été frappé par le fait que les endroits les plus beaux étaient souvent dégradés au nom du progrès, ce qui l'a poussé à concevoir un projet biodégradable contemporain en utilisant uniquement des matériaux locaux et en

développant les savoir-faire locaux, tout en préservant l'environnement.

Il travaille avec son équipe sur l'unicité de chaque projet. Ayant acquis les valeurs du luxe d'une grande exigence de qualité, il les a inculqués à sa société, notamment avec la création de la plus grande installation lumineuse de l'histoire de Baccarat à Pékin, en utilisant uniquement le cristal de Baccarat et en travaillant avec les artisans locaux pour répondre aux exigences de qualité de la marque.

Au sujet des nouvelles technologies, **Yann Buallion** explique qu'en ce qui concerne la traçabilité, la miniaturisation permet des éléments électroniques invisibles ou presque de contenir des informations de traçabilité, mais également de créer des systèmes numériques qui permettent de remonter facilement dans la chaîne de valeur, et ainsi prévenir des contrefaçons.

Julien Tuffery finit par dire que pour lui, la sincérité absolue est le luxe de demain. Le management a un impact important sur la vente, et c'est pourquoi le terme "luxe" mérite une réflexion approfondie. Cependant, il y a quelque chose de magnifique dans le partage international du discours de la main. Lorsque le luxe sert à mettre en valeur ces pratiques, cela apporte un sens à tous les acteurs, des plus grandes enseignes du Moyen-Orient aux plus petites manufactures.

Pour conclure, **Jacques Carles** souligne que tous les intervenants partagent un objectif commun qui donne un sens à leur travail et à leurs équipes. **Tony Pinville** projette l'avenir à partir de données actuelles qui sont confrontées aux prévisions des entreprises, tandis que **Chafik Ghasmi**, dans l'élaboration de projets pour ses clients, les aide à s'immerger rapidement dans le projet en fonction de leurs besoins et de son savoir-faire. Il les guide vers des solutions qu'ils n'ont peut-être pas imaginées eux-mêmes. **Yann Buailon** et **Cyrile Deranlot** ont des processus de production innovants, mais tous les intervenants ont un souci particulier de la gestion d'équipe et de donner un sens à l'action de ceux qui les entourent comme l'a illustré **Julien Tuffery**. Ils cherchent avant tout à faire en sorte que les gens s'accomplissent autour d'eux. Ces interventions montrent bien le potentiel fabuleux du monde du luxe, aussi bien par la créativité que par la volonté de donner une finalité extrêmement forte aux gens qui travaillent avec eux. C'est ainsi que le luxe devient exemplaire et que les intervenants deviennent les complices de cette exemplarité que tous les clients attendent.

