



Les Echos

MARDI 14 FÉVRIER 2023

Interview Le patron de M6 dévoile les nouvelles ambitions pour son groupe // P. 22

Enquête Câbles sous-marins : quand l'économie mondiale ne tient qu'à un fil // P. 13



L'Europe s'arme pour créer des champions de la tech

Stock et Sylvie Lamermon/M6

- Bruxelles lance un fonds pour investir dans les start-up européennes les plus prometteuses.
- L'Europe vise 10 milliards de financements nouveaux.
- La France, l'Allemagne et l'Espagne sont les plus gros contributeurs.

// PAGE 21

Les Echos
 Détectez les opportunités de votre marché.
 Abonnez vos équipes au temps d'avance.
 Découvrez nos offres Entreprises :
abo-entreprises.lesechos.fr



M 00104 - 214 - F: 3,40 €
 ISSN0193.4831 115^e ANNÉE
 NUMÉRO 23898 32 PAGES
 Antilles-Réunion 4,50 €, Belgique 4,00 €, Espagne 4,90 €, Luxembourg 4,20 €, Maroc 42 DH, Suisse 6,40 FS, Tunisie 9 TND.

Pourquoi le code-barres va bientôt disparaître de nos produits

DISTRIBUTION C'est une petite révolution dans le monde du commerce, de la logistique et de l'industrie. Le code à barres, qui s'affiche depuis cinquante ans sur tous les produits de consommation et que l'on scanne lors du passage en caisse, vit ses dernières années. GSI, l'association mondiale qui régit cette carte d'identité des objets, a décidé de passer d'ici à 2027 au QR Code augmenté, une icône qui renferme plus d'informations, et surtout, qui est lisible par les clients. Ceux-ci auront accès à la composition et à la crédibilité des articles. Le changement sera aussi utile pour la seconde vie et le recyclage. // PAGE 16

Spectaculaire progression des rachats d'actions en Europe

BOURSE Les annonces de programmes de rachats d'actions massifs s'enchaînent depuis le début de l'année en Europe. Un début d'année tonitruant, qui reflète l'engouement récent des marchés européens pour ces opérations permettant de soutenir le cours de Bourse. Les rachats d'actions ont quasi doublé l'an dernier à 181 milliards d'euros en Europe. En France, les sociétés du SBF120 ont consacré 27,2 milliards à racheter leurs propres titres, un record hors opération exceptionnelle. Face à l'essor des rachats d'actions, des voix s'élèvent pour appeler les entreprises à investir davantage. // PAGES 26-27

Les Rothschild s'allient à de grandes familles industrielles européennes

BANQUE Pour les adieux à la Bourse de sa banque d'affaires Rothschild & Co, la famille de David de Rothschild s'associe à plusieurs grands noms du capitalisme européen. Les Dassault, les Peugeot, la famille Wertheimer, propriétaire de Chanel, mais aussi les entrepreneurs italiens Giuliani, fondateurs d'un empire dans la santé et les biotechs, vont s'allier à la famille de David de Rothschild, ainsi qu'à une centaine d'associés de la banque. Un engagement de long terme sans garantie de liquidité. L'OPA mettra fin à plus de cent ans d'histoire boursière pour la banque d'affaires valorisée 3,7 milliards d'euros. // PAGE 28

Croissance : regain d'optimisme pour l'Europe

CONJONCTURE Malgré la guerre en Ukraine, qui a contribué à une crise de l'énergie, et à une forte inflation, les Vingt-Sept sont parvenus à éviter une récession. En publiant lundi ses prévisions révisées, la Commission européenne est plus optimiste. Elle anticipe désormais une progression du PIB de 0,8 % pour l'UE et de 0,9 % pour la zone euro en 2023. C'est respectivement 0,5 point et 0,6 point de plus que dans les prévisions d'automne. S'il y a moins d'inquiétude sur l'approvisionnement énergétique, l'inconnue reste grande sur l'évolution de l'inflation dans les mois à venir. // PAGE 6



analyses

Le vrai problème des mégaprofits pétroliers



Par Jean-Marc Vittori

Avec la flambée des prix du gaz et du pétrole, les compagnies pétrolières font des profits colossaux : plus de 200 milliards d'euros pour les majors occidentales en 2022. Elles devraient donc investir massivement dans la transition énergétique. Sauf que ce n'est pas ce qui se passe. Elles préfèrent rendre l'argent aux actionnaires. Ce faisant, elles prennent un risque, car les politiques menacent de sortir la matraque fiscale. En réalité, la marge de manœuvre des majors est limitée. // PAGE 10

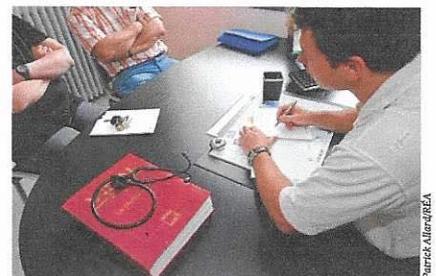
Pourquoi le « say on climate » fait peur
Par Laurence Boisseau

Le bilan des CSE, cinq ans après
Par Jean-Emmanuel Ray

Retraites : généalogie d'un échec
Par Julia de Funès

Sous les pavés, la ville
Par Paul Molga
// PAGES 9 À 12

Tarifs : le coup de pression des médecins



SANTÉ Les syndicats de médecins libéraux manifestent ce mardi à Paris pour défendre leurs conditions de travail et une hausse de leur rémunération. Une façon de maintenir la pression dans la dernière ligne droite de négociations sur leur convention avec l'Assurance Maladie. Leurs syndicats redoutent notamment les nouvel-

les contraintes qui pourraient leur être imposées dans le cadre d'un « contrat d'engagement territorial ». L'Ordre des médecins et des organisations d'hospitaliers ont prévu de rejoindre le cortège pour marquer leur mécontentement contre une proposition de loi permettant un accès direct à des infirmiers et kinés. // PAGE 2

Les PME de la joaillerie ne connaissent pas la crise

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

LUXE

Valérie Landrieu
@Vallandrieu

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

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

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

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

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

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

« Tailles critiques »

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

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

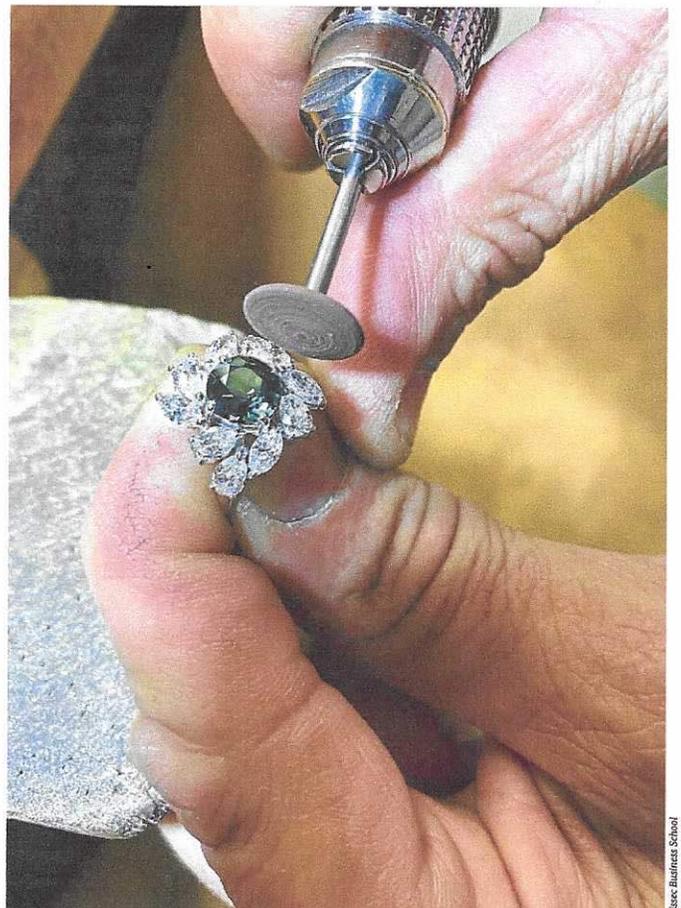
« Le secteur dispose aujourd'hui d'un très bel outil de production en termes de capacité et de compétitivité et des entreprises familiales, telles que Messika, qui se dédient totalement aux consommateurs finaux marque le marché de façon très prégnante », signale la cheffe de file. La success story Messika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

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

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

Montée à Paris il y a dix-huit ans, la petite maison de haute joaillerie, aujourd'hui dirigée par Mathieu Tournaire, le fils du fondateur, et dont le capital reste à 75 % familial, surfe sur une niche : les métaux précieux et les univers architecturaux. Elle a choisi depuis longtemps de travailler avec de l'or recyclé.

« C'est désormais dans l'air du temps », note la consultante Muriel Piasser, qui réunit depuis 2019 pour les grands acheteurs une trentaine



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

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

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

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

A Lyon, les écoles appuient sur l'accélérateur

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

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

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

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

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

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

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

Les entreprises s'ouvrent déjà aux reconversions professionnelles.

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

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

Dior reprend deux sous-traitants dans le Rhône

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

Stéphane Frachet
— Correspondant à Lyon

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

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

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

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

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

Enjeu de main-d'œuvre

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

faire pour la maison de luxe, qui, dans une autre catégorie, avait racheté en 2012 les ateliers de broderies Vermont.

« Ces deux acquisitions nous permettent d'intégrer l'ensemble de la chaîne de production dans la haute joaillerie », indique Stéphanie Accoca, directrice des ressources humaines du pôle bijouterie joaillerie de Christian Dior. L'entreprise envisage aujourd'hui la création d'une école professionnelle dans le bassin lyonnais à l'horizon 2024. « Plus que de créer de nouveaux produits, l'enjeu est de trouver la main-d'œuvre pour les réaliser », expliquent Tony Maquaire et Stéphanie Accoca. ■

Izack Business School