

LE COMITÉ COLBERT ET L'ANCRAGE TERRITORIAL DES MÉTIERS DU LUXE

Dans une vaste campagne de communication, le Comité Colbert met en avant les métiers, savoir-faire et artisanats rares du luxe, précieux fleurons de notre pays.

Un magnifique vivier du luxe français

Créé en 1954 à l'initiative de Jean-Jacques Guerlain, le Comité Colbert regroupe aujourd'hui 16 institutions culturelles (le Château de Versailles, la Comédie Française...) et 85 maisons françaises (Chanel, Cartier, Guerlain, LVMH, Hermès, Kering, l'Hôtel Ritz, Château d'Yquem...) dont 43 ont plus de 150 ans et 13 plus de 300 ans. Les membres du comité représentent quatorze métiers implantés dans toute la France (cuir et maroquinerie, gastronomie, design et décoration, édition, haute couture et mode, faïence et porcelaine, joaillerie et horlogerie, musique, orfèvrerie, automobile, parfums et cosmétiques, verre et cristal, hôtels et palaces, vins et spiritueux).

Les signes extérieurs de notre civilisation

« *L'art de vivre français se traduit par le spectacle de nos objets, signes*

extérieurs de notre civilisation, façonnés par la culture de notre main-d'œuvre et l'inspiration de nos créateurs » disait le fondateur du Comité Colbert Jean-Jacques Guerlain. C'est exactement l'esprit qui a toujours animé les missions du Comité, aujourd'hui dirigé par Guillaume de Seynes, directeur général d'Hermès.

Tous les sens

La campagne de communication du Comité appelle à tous les sens, voir, toucher, sentir, écouter, goûter, rappelant que le luxe est avant tout une émotion. À travers quatre messages : le luxe français continue d'ouvrir des sites en France ; le luxe français, première école de chevaliers ; le luxe français crée des objets de désir durable ; le luxe français est le plus ancien secteur d'avenir. Des podcasts, que l'on retrouve sur le site Instagram du Comité, donnent la parole au président de Cartier Cyrille Vigneron, à Hélène Poulit-Duquesne, PDG de Boucheron, au

joaillier Lorenz Bäumer ainsi qu'à de grandes figures d'autres secteurs du luxe. Chacun s'exprime sur sa vision de l'avenir du luxe, des métiers, de l'éthique.

L'ancrage territorial

La campagne met aussi en lumière l'ancrage territorial des ateliers de luxe, source de richesse et de création d'emplois (environ un million, directs ou indirects). En ce qui concerne la joaillerie, le savoir-faire se situe essentiellement à Paris, place Vendôme / rue de la Paix, territoire historique majeur de la joaillerie française avec la présence de nombreux ateliers (Boucheron, Cartier, Lorenz Bäumer, Mellerio, Van Cleef & Arpels...). Sans oublier Lyon, qui abrite un savoir-faire ancien en joaillerie également. L'activité horlogère s'épanouit dans le Doubs et le Jura, avec pour capitale de l'industrie Besançon, le territoire bénéficiant de sa proximité avec la Suisse qui nourrit un vaste écosystème régional.

COMITÉ
COLBERT
Depuis 1954

La campagne met en lumière l'ancrage territorial des ateliers de luxe, source de richesse et de création d'emplois



Une vingtaine de sites ont vu le jour en 5 ans et les créations restent dynamiques malgré la crise. 9 projets sont en cours pour les prochains mois. La moitié des postes créés sont des emplois de production.

Formation : l'employabilité dépasse les 100 %

Dans le secteur horlogerie-joaillerie, l'employabilité dépasse les 100 %. Selon le Comité Colbert, les métiers en tension sont ceux de polisseur en haute joaillerie, lapidaire en haute joaillerie, concepteur en haute joaillerie, marqueteur en joaillerie, concepteur 3D, joaillier polyvalent et dessinateur en joaillerie.

Le Comité Colbert compte 14 écoles au sein de ses membres et de nombreuses initiatives comme Manufacto d'Hermès, lancée en 2016, qui accompagne la découverte des métiers de l'artisanat en milieu scolaire (aujourd'hui déployé dans neuf académies, du primaire au lycée). Concernant la joaillerie, voici trois exemples emblématiques des actions de formation menées par le secteur :

- **L'institut de joaillerie Cartier**, en partenariat avec la Haute École de Joaillerie https://www.formationshbj.com/details_etablissement.php?id=17
- **L'école des Arts Joailliers de Van Cleef & Arpels** <https://www.lecolevancl leef arpels.com/fr/fr>
- **L'institut des métiers d'excellence LVMH** <https://www.lvmh.fr/talents/ime/linstitut-metiers-dexcellence-lvmh/>

Photos © Van Cleef & Arpels

Défendre la profession auprès des institutions publiques

Interrogé par l'OHB sur ses partenariats avec les institutions et organismes publics, le Comité Colbert rappelle que l'une de ses missions principales est de participer à la valorisation des savoir-faire d'excellence. « *Nous soumettons des candidatures d'artisans au Ministre de la Culture pour qu'ils soient promus chevalier de l'ordre des Arts et des Lettres* ». Il agit aussi à travers la Chaire Colbert menée avec l'EN-SAAMA qui contribue à la formation des jeunes designers.

En matière d'influence, le Comité Colbert intervient pour répondre aux consultations européennes sur les sujets importants pour ses membres tels que :

- La distribution sélective des produits.
- La lutte contre les ventes de contrefaçons, sur Internet notamment.
- Les initiatives réglementaires, comme par exemple la classification potentielle de l'argent en tant que matière dangereuse par les instances européennes.

Le Comité Colbert n'est pas actif seulement en France. Au-delà de la campagne valorisante et réussie qu'il vient de mener sur l'ancrage territorial des savoir-faire, il franchit régulièrement les frontières pour faire rayonner la France sur les marchés stratégiques du luxe. Mi-avril 2021, il mènera auprès des jeunes Chinois de 20-35 ans la campagne « French Luxury WeChat mini-program », pour continuer à rendre le luxe français désirable dans cette époque trouble où le tourisme chinois a disparu. ■ I.H.