RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

285

NUMÉRO

Lundi 11 février 2008

NOTES D'IÉNA

INFORMATIONS DU CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

« LE LUXE : PRODUCTION ET SERVICES »

RAPPORTEUR :
JACQUELINE
SOCQUET-CLERC LAFONT
AU NOM DE LA SECTION
DES ACTIVITÉS PRODUCTIVES,
DE LA RECHERCHE ET
DE LA TECHNOLOGIE
PRÉSIDÉE PAR
LÉON SALTO

Assemblée plénière
des 12 et 13 février 2008

Sur un marché international du luxe qui croît sans cesse, les entreprises françaises de la filière disposent d'avantages comparatifs importants qui ont pour nom créativité, innovation, savoir-faire de haute renommée, alliant modernité et respect des traditions.

Aux côtés des marques emblématiques, fleurons de groupes de taille internationale, plusieurs milliers de petites entreprises participent de la filière.

Comme d'autres activités, le luxe est confronté à des enjeux d'importance : la pérennisation de l'emploi souvent hautement qualifié et celle du tissu entrepreneurial qui irrigue tout notre pays.

Le Conseil économique et social fait une série de propositions concernant notamment :

- la formation, tant initiale que continue, mais aussi les synergies à dégager pour l'appareil de formation ;

- la structuration de la filière en privilégiant ce qui rapproche ses différents composants afin de mieux représenter leurs intérêts ;

- la mise en place d'une marque distinctive française, à l'instar du *« Swiss made »*, question qui mérite débat ;

- le soutien à la créativité et à l'innovation et aux efforts d'exportation ;

- la lutte contre la contrefaçon y compris dans sa relation avec la vente en ligne ;

- le soutien aux services, éléments fondamentaux de la filière ;

- le devenir des entreprises de petite taille ;

- enfin la relation entre luxe et atouts artistiques français.

Alors que de nouveaux marchés s'ouvrent, que de nouveaux concurrents apparaissent, il est utile de rappeler que le luxe est un véritable secteur économique dont il faut préserver et développer les divers éléments. Des marques les plus emblématiques aux entreprises anonymes, la pérennité de l'emploi de milliers de professionnels est en jeu.

Avertissement : cette note d'Iéna présente le projet d'avis qui sera examiné par l'assemblée plénière des 12 et 13 février 2008

■ Publication-Communication : 01 44 43 64 58
■ Diffusion-Distribution : 01 44 43 63 30
■ ISSN 1767-8188

■ www.ces.fr

En quelques années, le luxe a connu une sensible mutation. À la boutique se sont ajoutés des groupes de taille internationale. Le marché s'est considérablement développé. De nouveaux pays se sont ouverts, sur lesquels le luxe français dispose d'avantages comparatifs importants qui ont pour nom : créativité, innovation, tous ces éléments alliés au respect de la tradition.

La filière qui représente une réalité économique de choix est confrontée à des enjeux d'importance :

- la pérennisation de l'emploi et des qualifications ;

- la pérennisation du tissu entrepreneurial.

A - LA FORMATION

La formation - des Centres de formation d'apprentis (CFA) aux grandes Écoles - que la filière a largement investie, représente un enjeu de taille.

1. La formation initiale

Les formations initiales des métiers du luxe ne sont pas, toutes, sanctionnées par un diplôme de l'enseignement supérieur long. Notre assemblée approuve les efforts visant à la modernisation de certains diplômes tels les Certificats d'aptitude professionnelle (CAP) afin d'élever la qualification et le niveau de compétence de leur titulaire.

Elle rappelle, en outre, que le Brevet de technicien supérieur (BTS) représente un élément important qu'il faut valoriser. Il conviendrait, si possible, d'inscrire l'ensemble de ces diplômes dans le cadre de l'architecture européenne des études, fondée sur les trois grades Licence-master-doctorat (LMD). À cet égard, la réflexion sur le découpage des Diplômes des métiers d'art (DMA) en harmonie avec le cursus européen est à poursuivre.

De même, il convient de suivre attentivement l'idée de la révision des parcours de formation des écoles de création pour les adapter eux aussi au système LMD.

2. La formation continue

La formation dans la filière ne se résume pas, loin de là, à la formation initiale. Les acteurs du secteur rappellent, unanimement, qu'il faut parfois jusqu'à dix ans pour former un bon professionnel.

Dès lors le tutorat doit être considéré comme un élément indispensable dans la filière et reconnu à sa juste valeur. Le système de la valorisation des acquis de l'expérience trouve, dans ces métiers, sa pleine justification tant en ce qui concerne les « formateurs » que ceux qui bénéficient des connaissances ainsi transmises.

3. Un centre national des métiers du luxe

La structuration de l'appareil de formation aux métiers du luxe devrait faire l'objet d'une large réflexion. Cet ensemble, en respectant la liberté de ses diverses composantes, mériterait sans doute une mise en cohérence mais aussi un surcroît de valorisation.

À terme, il conviendra d'inciter à la création d'un centre national des métiers du luxe, fédérant en réseau les pôles d'excellence des métiers d'art, les structures et les établissements de formation afin de mieux identifier l'ensemble de ses métiers, de veiller à la prise en compte des évolutions technologiques dans les programmes de formation pour préserver, voire perfectionner les savoir-faire et assurer leur transmission et permettre de mieux faire connaître la qualité de nos écoles, notamment celles de création.

B - POUR UNE PÉRENNISATION DE LA FILIÈRE

1. Pour une structuration de la filière

Il ne s'agit d'opposer une nouvelle structure à mettre en place, ni au comité Colbert ni à la Confédération française des métiers d'art (CFMA), mais de proposer à la filière de réfléchir sur ce qui rapproche les différents acteurs, quelle que soit leur taille et spécialité, et notamment, d'organiser la représentation de ses intérêts sur le plan européen, particulièrement lorsque des textes communautaires sont en préparation.

2. La question d'un signe distinctif

Cette question mérite débat.

Le Conseil économique et social engage les parties intéressées à une étude de faisabilité sur la question d'un signe distinctif. Il est évident que ce signe créé et géré nationalement ou au niveau européen, permettrait au consommateur :

- d'avoir une certitude sur l'origine du produit ;

- d'être assuré que le produit est fabriqué selon « les règles de l'art » ;

- d'être assuré que le produit a été fabriqué selon les règles « éthiques » : sociales, environnementales...

Au niveau interne, les différentes filières devraient établir les critères réglementant l'utilisation du signe distinctif en précisant par exemple les conditions minimales devant être remplies pour qu'un produit mérite l'appellation.

3. Soutenir et stimuler l'innovation et la créativité

L'innovation est, au même titre que le respect de la tradition, une marque des entreprises du luxe.

Au-delà de l'innovation technologique, il n'y aurait que des avantages à développer toutes les autres formes de l'innovation : de produits, de services et d'organisation dans lesquelles les entreprises du luxe sont généralement actives.

Compte tenu de l'importance de la création, de l'innovation dans le secteur, notre assemblée approuve l'action envisagée par la Direction générale des entreprises (DGE) consistant à favoriser l'émergence de nouveaux créateurs français, le parrainage de jeunes par des entreprises bien établies ou bien le développement d'une structure ad hoc permettant à ces jeunes de faire leur premier pas.

Enfin, il conviendrait de revoir les règles d'éligibilité au fonds « patrimoine et création » de la Caisse des dépôts.

4. Soutenir l'effort d'exportation

Des actions promotionnelles des produits de luxe français ont lieu, régulièrement, à l'initiative des professions et entreprises, regroupées ou non. Parfois, elles font l'objet de l'association des pouvoirs publics. Il est, naturellement, difficile pour les petites entreprises de la filière de promouvoir leurs produits à l'étranger, lorsqu'elles ne bénéficient pas d'une sorte de portage de la part des marques.

Plus spécifiquement le Conseil économique et social rappelle que les structures de promotion à l'export de notre pays semblent être insuffisamment sensibilisées à l'intérêt d'aider la filière luxe dans ses efforts d'exportation. Il recommande de mettre en synergie ces structures (missions économiques, Ubifrance...) sur le commerce du luxe.

5. Poursuivre la lutte contre la contrefaçon

La protection de la propriété intellectuelle est un élément déterminant dans le domaine du luxe.

L'arsenal répressif a été largement amélioré par la transposition en droit interne d'une directive européenne. La loi du 29 octobre 2007 instaure une nouvelle règle : la prise en compte des conséquences économiques négatives.

De l'avis de tous les juristes, il s'agit certainement de l'innovation la plus importante de la loi qui était très attendue.

Il est naturellement trop tôt pour dresser le bilan de ce nouvel outil législatif. Le Conseil économique et social en espère une lutte plus efficace contre les contrefacteurs et que les peines prévues seront appliquées avec toute la rigueur voulue car la contrefaçon participe largement de la fragilisation de l'emploi dans les secteurs victimes de ce délit.

Au-delà, il appelle à la poursuite de la coopération bilatérale ainsi qu'au développement des coopérations multilatérales : forums internationaux de lutte anti contrefaçon au sein desquels l'Institut nationale de la propriété industrielle (INPI) est particulièrement actif, mais aussi aux actions de normalisation initiées par l'Association française de normalisation (AFNOR).

Les sites de vente aux enchères sur internet deviennent un moyen très important d'écoulement des objets contrefaits.

Pour lutter contre cette pratique qui tend à se développer, le Conseil économique et social propose plusieurs pistes d'actions.

Tout d'abord, mieux informer les cyberconsommateurs des risques liés à l'achat en ligne de certains produits griffés d'une marque de luxe, sans avoir l'assurance qu'il s'agit d'un « vrai » produit d'occasion. Le système de « labellisation » et de notation des vendeurs est un élément favorable mais pas encore assez performant pour assurer une réelle sécurité des transactions.

La concertation entre les titulaires des droits de propriété industrielle fréquemment victimes de produits contrefaisants et de certaines plateformes de vente en ligne de ces produits doit reprendre, pour proposer des outils statistiques, des indicateurs et des pistes d'action conjointes pour lutter contre ce fléau.

Au niveau européen, notre assemblée est très favorable à la création d'un réseau européen d'observation de la contrefaçon, qui pourrait être proposée sous la présidence française de l'Union européenne au deuxième semestre 2008.

6. Soutenir les services

Le luxe n'est pas constitué uniquement de productions. Les services comptent dans le bilan économique de la filière et compteront peut-être toujours davantage.

Dans ce domaine particulier, le Conseil économique et social souhaite évoquer le classement hôtelier.

Alors que les palaces étrangers se présentent à leur clientèle comme des six étoiles, voire des sept étoiles, leurs homologues situés sur le territoire français ne sont, que des « quatre étoiles luxe ». Alors que la qualité des prestations est identique, que les hôtels français et particulièrement parisiens, disposent de l'avantage comparatif de leur localisation, l'esprit du client peut être faussé par ce type de classement.

Notre assemblée engage les pouvoirs publics à modifier ce classement hôtelier - en accord naturellement avec la profession - afin de créer une nouvelle distinction, destinée à mieux positionner l'hôtellerie de luxe française dans les comparaisons internationales.

7. Pérenniser les entreprises et faciliter leur transmission

Depuis de trop nombreuses années, des marques, des entreprises de renommée mondiale éprouvent de grandes difficultés à survivre. Leurs disparitions sont autant de coups portés au luxe français et à son patrimoine artisanal et artistique.

Notre assemblée constate la tendance au rachat de certaines de ces entreprises par des marques de grande notoriété, lesquelles mettent en avant pour justifier cette action à la fois une nécessité économique - ce qui est naturel - et le maintien du patrimoine national, même s'il s'agit pour ces marques d'une « activité contre tendance ».

Une telle action, bénéfique au maintien de l'intégrité du patrimoine national, doit être encouragée. Néanmoins, elle ne devrait intervenir qu'en dernier recours pour pérenniser ces entreprises. Une réflexion pourrait être plus largement conduite sur cette question particulière entre les pouvoirs publics et les professionnels intéressés.

Notre assemblée rappelle l'importance de la reconversion des professionnels. Elle passe, naturellement, par une action de formation fortement personnalisée tant les qualifications sont « pointues ». Il faut, dès lors, envisager la mise en place de parcours individualisés, tenant compte des acquis et de l'expérience professionnels, permettant une transferabilité des qualifications et autorisant la poursuite des itinéraires professionnels.

8. Favoriser la production de matières premières nationales

Le luxe constitue une filière d'excellence qui commence dès le choix et le traitement de la matière première de base et ce maillon conditionne largement la suite du processus de production. Ainsi, doit-on veiller à la pérennité de la matière première de haute qualité : peaux, fleurs, produits alimentaires..., parties authentiques du « made in France »

9. Tirer pleinement profit des atouts artistiques et culturels français

La production et les services du luxe reposent sur particulièrement sur l'image de marque - toujours importante - de Paris.

Toutefois, le patrimoine national de « l'art de vivre » ne saurait se limiter à la seule image de la capitale même si celle-ci constitue un label mondialement connu et apprécié. Il y aurait lieu de promouvoir à l'étranger cet avantage comparatif en ne le limitant pas à Paris, bien d'autres régions de notre pays recèlent des trésors artistiques et comptent des entreprises entrant dans la filière même si elles ne sont pas fixées dans la capitale. Le Conseil économique et social y incite fortement.

Jacqueline SOCQUET-CLERC LAFONT

Née le 23 novembre 1933 à Paris (13ème)

Études

Licenciée en droit (Faculté de droit de Paris)

Fonctions actuelles

- Avocat à la cour de Paris
- Présidente de l'Association nationale des avocats pour la sauvegarde des entreprises et leur développement
- Présidente d'honneur de l'Union nationale des professions libérales
- Présidente d'honneur de la Confédération nationale des avocats
- Membre du Conseil économique et social, vice-présidente de la section des activités productives, de la recherche et de la technologie, membre de la section du travail et de la délégation aux droits des femmes et à l'égalité des chances entre hommes et femmes

Anciennes fonctions

- Présidente de l'Union nationale des professions libérales
- Présidente de la confédération nationale des avocats
- Membre de l'Union européenne féminine, ancienne présidente des clubs présence et promotion de la femme française

Distinctions

- Commandeur de l'Ordre national du mérite
- Officier de la Légion d'honneur

Œuvres

- *Qu'est-ce que l'UNAPL*, 2003
- *Création et pérennisation de l'entreprise de petite taille*, 2001
- *L'entreprise en difficulté*, 1988
- *Lois Auroux*, 1984