

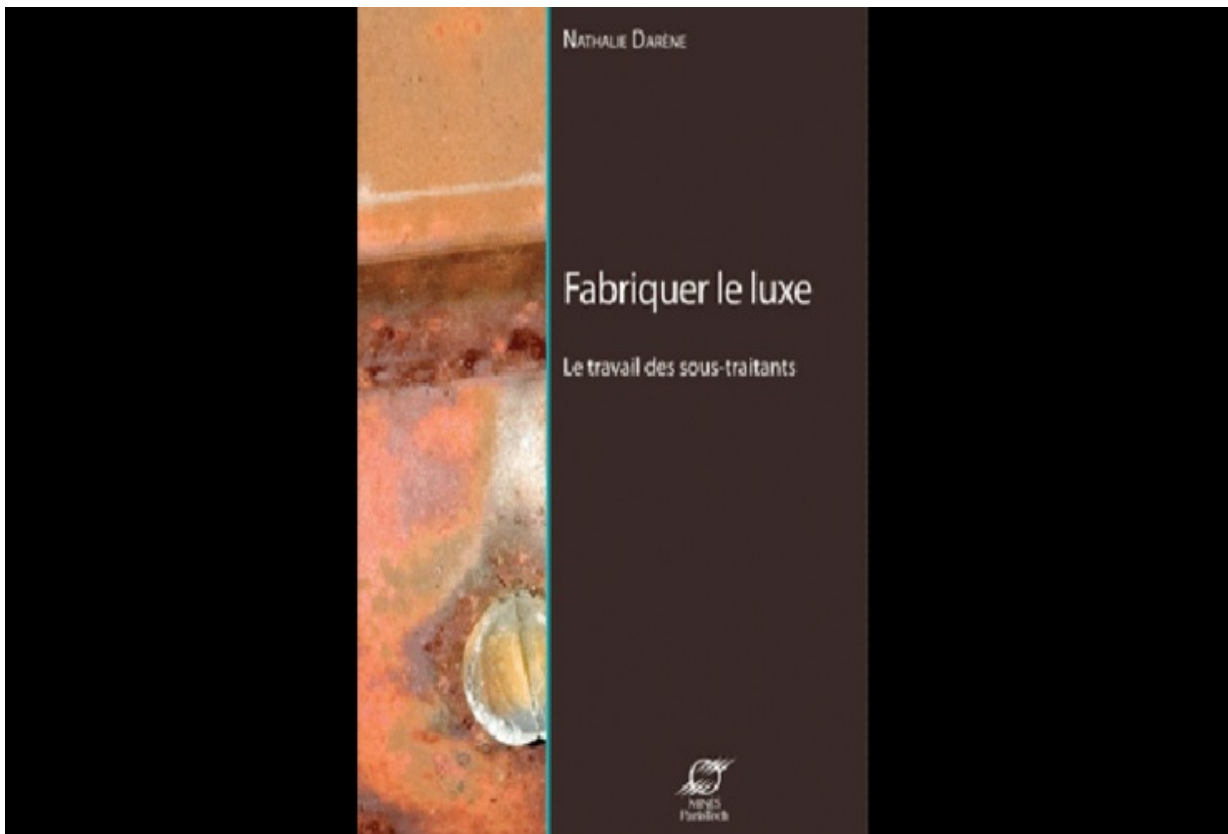
Interactions UTC

1. Interactions, le Magazine des Technologies Emergentes
2. Thématiques
3. Technologie et sciences de l'homme
4. Qui sont les fabricants du luxe ?

Qui sont les fabricants du luxe ?

Dans son livre « Fabriquer le luxe », aux Editions Presses des Mines, Nathalie Darène, enseignant-chercheur à l'UTC au laboratoire COSTECH, mène une « enquête empirique au cœur de fabriques dans l'horlogerie et la parfumerie », en France et en Suisse, afin d'en comprendre la réorganisation induite par la nouvelle organisation capitaliste de l'industrie du luxe.

01 Oct 2014



Pour écrire ce livre, issu de sa thèse, Nathalie Darène a rencontré

plus de 100 sous-traitants de la parfumerie en France et de l'horlogerie en Suisse. Ces fournisseurs, de plus en plus nombreux avec l'externalisation des étapes de production, sont soumis aux exigences de marques de luxe en termes de qualité, de délais, d'ingéniosité... Tout en opérant dans l'ombre de grandes maisons qui communiquent davantage sur le rêve que sur leur chaîne de production.

Nathalie Darène emmène le lecteur à la découverte de ces sous-traitants qu'elle a appris à connaître lors de ses fonctions chez Yves Saint Laurent Parfums. Cette expérience professionnelle, ainsi que son entrée dans le secteur de l'horlogerie de luxe par l'intermédiaire d'un " collectionneur reconnu ", ont " grandement facilité une compréhension mutuelle et favorisé la description la plus représentative possible de la réalité des quatre terrains d'étude ", à savoir la vallée de la Bresles et Plastics Vallée en France, et la vallée de Joux et le canton du Jura en Suisse.

Nathalie Darène introduit son livre par un panorama de l'industrie du luxe, dont la mutation repose sur son expansion internationale, à laquelle elle répond par la formation de groupes multi-marques et la rationalisation des processus de management. Les sous-traitants et les fournisseurs se retrouvent au cœur de logiques paradoxales, " entre les exigences d'une direction artistique (...) à la recherche de la perfection, et les exigences d'un monde industriel et financier de plus en plus rigoureux et intraitable sur les résultats financiers à court-terme ", entre la fidélité à un héritage et la course à l'innovation et aux nouveaux produits.

Les entretiens menés par Nathalie Darène ont suivi trois questions : celle des territoires dédiés où les PME se rassemblent autour de donneurs d'ordre, celle des relations inter-organisationnelles et leurs évolutions vers des réseaux, puis celle du capital humain et social, " véritable valeur marchande ". En six chapitres, l'auteur se concentre ensuite sur la sous-traitance du packaging de la parfumerie de luxe en France et la sous-traitance de l'horlogerie de luxe en Suisse. Le lecteur apprend par exemple comment la vallée de la Bresles, spécialisée dans le flaconnage de luxe, a su

transformer les contraintes environnementales en atout compétitif et s'adapter aux exigences des marques, qui développent la co-conception : les fournisseurs deviennent ainsi des " prestataires d'offre globales ", de plus en plus réactifs. Nathalie Darène voit " le renforcement des réseaux jusqu'ici informels " tissés entre les sous-traitants comme l'une des clés de la pérennité de leur activité. Ces réseaux peuvent en effet optimiser leur coopération et leur adaptabilité. Deux menaces continuent de peser : la substitution du " made in " par le " designed in " qui ouvre la voie à la délocalisation assumée, et la moindre attractivité des métiers traditionnels liés au luxe auprès des jeunes.