

La célèbre maison parisienne, avec ses ateliers dédiés aux arts de la table, aux cravates et à une petite maroquinerie en pleine expansion, a insufflé dès 1991 un espoir de développement à une région en plein marasme économique.

Hermès, messenger de prestige en Nontronnais

par Hervé Brunaux, écrivain

À la sortie de Nontron, sur la route de Piégut, l'œil est attiré par un étrange cavalier. Impavide sur le toit d'un immeuble un peu décrépît, il fait claquer dans le vent deux petites oriflammes qui ondoient souplement au-dessus de son bicorne. Si on détache son attention de l'immuable statue pour détailler la façade qu'elle surplombe, on aperçoit les traces fantomatiques de grosses lettres, qui, même décollées, ont laissé encore lisible le mot HERMÈS. On devine alors que la morne humilité des murs de l'usine n'est qu'un leurre, que derrière cette entrée quasi anonyme grouille un vivant univers de gestes voués à la précision des articles de luxe.

La statue sur le toit est là pour rappeler que la maison Hermès n'a nul besoin d'extravagances de marketing, puisqu'elle brandit sa riche histoire comme le plus fameux des étendards. C'est en 1987 que cet artificier est devenu l'emblème de la marque. Pour les cent cinquante ans d'Hermès, il trônait sur la Seine, démiurge d'un somptueux feu d'artifice, qui irisa le ciel parisien d'un ballet d'arabesques étoilées entre le Pont-Neuf et le pont des Arts. Hissée au sommet de l'immeuble du 24, faubourg Saint-Honoré, siège mythique d'Hermès, la statue du cavalier artificier sera ensuite dupliquée pour les succursales de la marque, des carrés de soie remplaçant désormais les feux de la Seine dans ses mains levées vers le ciel. Ainsi les ateliers de Nontron prennent-ils place dans la chaîne ancestrale des avatars d'une maison qui a su conserver l'aura de ses origines, sans se figer dans le passéisme.

Tradition familiale, modernité créative

L'histoire commence donc en 1837, quand Thierry Hermès ouvre à Paris une manufacture de harnais et de selles, mû peut-être par cette homonymie avec le messenger de la mythologie grecque, qu'il pressent comme une invitation du destin. Son fils et successeur Charles-Émile Hermès installe dès 1880 la sellerie familiale à l'adresse du 24, faubourg Saint-Honoré, près du palais de l'Élysée, avant de conquérir le monde à travers une clientèle d'élite. Au XX^e siècle, l'entreprise, soucieuse de ne pas s'endormir sur ses lauriers initiaux quand l'automobile relègue les besoins en sellerie à une marginalité raffinée, investit de nouveaux domaines où l'excellence de ses savoir-faire l'érige en parangon de l'artisanat du luxe. Si les harnachements ne sont plus au goût du jour, les nouveaux moyens de transport favorisent l'essor d'une industrie des bagages. Les dirigeants de ce qui est devenu Hermès Frères, soucieux d'innovation, sont les premiers à importer d'Amérique une fermeture à glissière qui enthousiasmera le Paris des années folles sous le surnom de « fermeture Hermès », avant de connaître le succès, forcément foudroyant, sous le nom popularisé de la marque Éclair. Déjà, l'élégance des objets conçus par Hermès se conjugue idéalement avec leur fonctionnalité.

Puis l'entreprise accélère sa diversification, et s'oriente vers la fabrication d'écharpes de soie, de gants, de bijoux, de bracelets-montres, frappés toujours au sceau de l'exigence de perfection. La manufacture familiale se métamorphose en s'agrandissant dans un style néoclassique et ce sont bientôt les gendres de la famille Hermès qui reprennent les rênes dorées de la pimpante calèche. Filiales, magasins, prolifèrent, et Hermès accompagne au plus près les inclinations d'une société en mutation. Le rappel de la culture équestre se décline dorénavant sous forme de motifs qui ornent les objets best-sellers comme le carré de soie Brides de Gala. Apparaissent aussi le sac Kelly, le bracelet Chaîne d'Ancre... « Le duc

attelé », dessiné d'après un tableau de la collection d'Émile Hermès, illustre dès 1945 le logo de la maison. L'époque qui succède à la Libération voit les vedettes de l'écran et du théâtre se presser au « 24, faubourg », auréolant de glamour la signature distinguée d'Hermès. L'empire s'est étendu à la création de lignes de vêtements et les années soixante et soixante-dix sont ponctuées d'ouvertures de magasins en Europe, en Asie et aux États-Unis. Si, en 1992, les ateliers de fabrication et les bureaux de création d'Hermès s'installent dans un vaste édifice de verre à Pantin, son cœur du faubourg Saint-Honoré n'en continue pas moins de battre à l'unisson de tous les événements créatifs d'un Paris cosmopolite. Aujourd'hui dirigée par Patrick Thomas, ancien président du groupe Lancaster, Hermès signe quatorze familles de produits à travers quatre branches de production : Hermès Sellier, Hermès Parfums, La Montre Hermès et La Table Hermès. Les produits Hermès sont vendus dans un réseau exclusif de 261 magasins et 39 autres points de vente.

Nontron, l'inespérée renaissance

Au début de la décennie quatre-vingt-dix, à Nontron, petite sous-préfecture du Périgord vert, on est à des années-lumière de cette galaxie du luxe, qui semble ne flamboyer que pour quelques privilégiés de la capitale. Ici, on se bat plus prosaïquement, combat perdu d'avance, pour éviter la fermeture de l'usine Adidas, un des derniers poumons économiques d'une région sinistrée, dont l'artisanat d'art coutelier ne suffit pas à ralentir l'asphyxie. « Même si, dans la chaussure, c'était pénible car on travaillait à la chaîne, la fermeture d'Adidas fut une catastrophe pour nous. Quand on atteint 40 ans, pas facile de retrouver un emploi, surtout dans le coin », se souvient Monique Giry, aujourd'hui employée chez Hermès, qui a connu l'époque où, avant même l'implantation d'Adidas, une vingtaine d'usines de pantoufles, à présent disparues, irriguaient la vitalité du Nontronnais.

Par un heureux concours de circonstances, une étincelle d'espoir va s'allumer dans l'inéluctable grisaille, qui pourtant contraste si crûment avec les fastes du faubourg Saint-Honoré. Hermès, qui s'illustre alors de plus en plus dans les arts de la table, via La Compagnie des Arts de la Table, a pris l'habitude de s'approvisionner chez des partenaires limougeauds. Mais la croissance de cette branche d'activité devient telle que ces derniers ne peuvent assumer la production des quantités demandées. Hermès décide alors de s'installer dans la région de Limoges pour monter son propre site de décoration, à partir de pièces vierges que continueraient à lui fournir les porcelainiers les plus réputés. Par chance pour la survie économique du Nontronnais, à cette époque le seul site intéressant pour l'entreprise se trouve être celui dont Adidas est en train de se séparer. Les aléas de la planète financière concourent donc au départ d'une belle aventure, soutenue par les édiles locaux, qui multiplient les facilités pour accueillir de nouveaux investisseurs.

Hermès s'engage alors sur la reprise de 80 employés de l'usine Adidas, dont elle doit assurer la formation à Limoges. L'activité de décoration de porcelaine n'étant pas suffisante pour atteindre ce quota, une activité de confection de cravate lui est associée. Les ouvriers encore laissés pour compte par la fermeture d'Adidas, qui employait à Nontron environ deux cents personnes, ne resteront pas longtemps sans emploi, puisque les activités d'Hermès n'auront alors de cesse de se développer en Nontronnais, permettant à la région de desserrer le carcan du chômage. Entre 2004 et 2007, le chiffre d'affaires de la porcelaine bondit de 80 %. À l'heure où de nombreux groupes industriels délocalisent des unités performantes, laissant des zones économiques rurales à l'état de friches désolées, Hermès mise sur la pérennité de ses ateliers de Nontron, seul site d'arts de la table du groupe. « Tant au niveau de l'image de marque que de l'efficacité, notre entreprise table avant tout sur la recherche des compétences. Puisqu'elles existent ici, pourquoi aller les chercher ailleurs ? » explique en une limpide logique Serge Noirod, le directeur des arts de la table à Nontron.

La maroquinerie en renfort

Sagement empilées sur de longues étagères qu'elles éclairent de leur blancheur immaculée, les pièces reçues des fournisseurs en porcelaine attendent de recevoir l'empreinte colorée de la marque. À partir de 250 articles vierges, les déclinaisons des services de table en diverses collections offriront dans les boutiques de la marque plus de mille articles décorés. Le secret d'Hermès, c'est le « chromo », ainsi que chacun aime à le désigner ici. La chromolithographie permet de réaliser des décalcomanies de pointe que les mains expertes des ateliers viendront ajuster sur tasses, soucoupes, assiettes... « Hermès essaie en permanence de repousser les contraintes techniques, pour ne pas limiter sa créativité. Tous nos partenaires vantent nos exigences de qualité, qui les poussent eux aussi à progresser », ajoute Serge Noirod. Les contrôles de qualité chez Hermès sont draconiens, réputation oblige, les articles défectueux sont éliminés, et seule une petite salle est consacrée à quelques retouches tolérables.

Dans un atelier éclairé par de larges verrières, les chromos sont patiemment positionnés à l'éponge, puis cuits dans un grand four central, qui peut monter jusqu'à 920 degrés pour bien fixer l'encre céramique de la couleur, ou les filets d'or qui ornent certaines pièces. La moyenne de cette méticuleuse production se situe à 65 éléments par jour, mais la décoration de trois soupières peut requérir une journée entière. Le même procédé est appliqué dans le même lieu à une activité annexe, la fabrication de bracelets en émail, rattachée aux arts de la table, qui aujourd'hui dans leur ensemble emploient 105 personnes. Additionnées aux 40 artisans qui œuvrent dans l'activité « cravates », elles n'auraient pas suffi à compenser les licenciements d'Adidas si une nouvelle branche d'activité ne s'était invitée sur le site en 1994. La petite maroquinerie d'Hermès fait en effet aujourd'hui partie des fleurons de l'artisanat nontronnais. Si à la différence des arts de la table, l'activité maroquinerie est répartie sur plusieurs sites en France, elle occupe désormais trois unités de production à Nontron et affiche le réjouissant objectif d'employer bientôt spécifiquement 240 personnes. Dans cette section, des gestes tout autant inspirés encollent, coupent, cousent, poncent des cuirs à l'extrême qualité toujours revendiquée. Du veau au crocodile, en passant par le kangourou, 55 matières différentes, 136 coloris sont proposés pour de séduisantes gammes de porte-monnaie, portefeuilles et autres agendas.

Un CAP maroquinerie a récemment été créé au lycée Jean-Rostand, à Angoulême, dont les stagiaires qui viennent s'aguerrir dans les ateliers d'Hermès ont de sérieuses chances d'y être embauchés par la suite. C'est le signe d'une implantation locale en bonne intelligence avec les ressources existantes, et de radieuses perspectives de développement de l'entreprise.

La crise mondiale semble donc pour l'instant étrangère à l'industrie du luxe vue du Périgord vert. Tout un bassin d'emploi, qui retrouve sa dignité dans un artisanat conquérant, espère que l'avenir confirmera cette belle exception.