

# LA FILIERE CUIR EN OCCITANIE

## Etat des lieux de la filière Cuir en Occitanie et analyse des conditions de sa relocalisation

**Estelle PELTIER**

## Résumé

Après avoir enregistré un déclin économique durant les années 70, la filière Cuir occitane fait l'objet depuis quelques années d'un regain d'intérêt à la fois par les acteurs locaux s'organisant en collectifs (Pôle Cuirs et Peaux Aveyron) et par les collectivités locales mettant en œuvre des programmes de soutien aux filières régionales (Région Occitanie en particulier). Se pose alors la question de la stratégie à poursuivre pour redynamiser la filière. Le développement d'une filière Cuir occitane, permettant la valorisation des peaux d'animaux élevés sur le territoire jusqu'à la fabrication de produits finis, est-elle possible et opportune ?

Pour y répondre, une démarche de terrain a été entreprise en deux temps. Premièrement, 32 enquêtes semi-directives ont été réalisées afin de caractériser les acteurs de la filière et de comprendre leur logique d'action. Une focalisation sur les acteurs de l'Aval a été privilégiée au regard de leur nombre important. Puis, un atelier participatif a été organisé réunissant les acteurs de la filière afin d'échanger et de réfléchir à ses perspectives de développement. La réflexion collective instaurée durant cet atelier a fait émerger deux axes de perspectives de développement : maintenir la dynamique collective autour d'une stratégie économique claire et revaloriser la peau Lacaune.

Des travaux supplémentaires restent à conduire en particulier sur une meilleure caractérisation des acteurs de l'Amont, et sur la poursuite de la réflexion collective pour définir les contours précis d'une stratégie économique occitane pour la filière Cuir.

Mots-clés : Cuir, structuration de filière, filière locale, Occitanie, dynamique collective

## Abstract

After recording an economic decline during the 1970s, the Occitan Leather sector has been the subject of renewed interest for several years both by local actors organizing themselves into collectives (Pôle Cuirs et Peaux Aveyron) and by local authorities implementing support programs for regional sectors (Occitanie in particular). This raises the question of the strategy to pursue to revitalize the sector. Is the development of an Occitan leather sector, allowing the valuing of the skins of animals raised on the territory until the manufacture of finished products, possible and opportune?

To answer this, an in-the-field approach was undertaken in two steps. Firstly, 32 semi-directive surveys were carried out to characterize the sector's actors and to understand their logic of action. A focus on downstream actors was favoured in view of their large number. Then, a participatory workshop was organized bringing together the sector's actors to discuss and reflect on its development perspectives. The collective reflection initiated during this workshop brought out two axes of development prospects: maintaining the collective dynamic around a clear economic strategy and revaluing the Lacaune skin.

Additional work remains to be carried out, especially on a better characterization of Upstream actors, and on the continuation of collective reflection to define the precise contours of an Occitan economic strategy for the Leather sector.

Keywords: Leather, sector's structuration, local sector, Occitanie, collective dynamic

## Remerciements

Tout d'abord, je souhaiterais remercier Corinne Mercier pour son accompagnement tout au long de ce stage de fin d'études et l'ensemble de mes collègues à la Chambre de Commerce et d'Industrie de Millau. Merci pour leur accueil chaleureux, leur bienveillance et leur bonne humeur.

Je remercie également mes tuteurs de mémoire de fin d'études, Mélanie Tisné-Versailles, de Toulouse School of Management, et tout particulièrement, Hichem Amichi, de l'Ecole d'Ingénieurs de Purpan, pour m'avoir guidée dans la réalisation de cette étude et pour ses précieux conseils tout au long de la rédaction de ce mémoire.

Merci aux membres de l'équipe du projet de recherche FAVA, notamment Eléonore Verfaillie et Arielle Vidal, qui ont suivi les travaux réalisés durant toute la durée de mon stage.

Je tiens aussi à remercier l'ensemble des participants aux entretiens individuels et à l'atelier participatif réalisés durant mon stage de fin d'études. Auprès d'eux, j'ai pu découvrir la richesse de la filière Cuir régionale et l'ampleur des défis à relever.

Finalement, il me tient à cœur de remercier mes parents pour leur soutien tout au long de mes années d'études au sein de l'Ecole d'Ingénieurs de Purpan sans oublier mon oncle qui a également été toujours là pour moi.

# SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION GENERALE .....</b>	<b>1</b>
<b>PARTIE 1: CONTEXTE.....</b>	<b>2</b>
1 STRUCTURATION ET ENJEUX DE LA FILIERE CUIR AUX ECHELLES INTERNATIONALE ET EUROPEENNE .....	3
1.1 Principaux acteurs et marchés.....	3
1.2 Organisation des acteurs.....	3
1.3 Les enjeux internationaux de la filière Cuir.....	6
2 STRUCTURATION ET ENJEUX DE LA FILIERE CUIR EN FRANCE.....	9
2.1 Principaux acteurs et marchés.....	9
2.2 Organisation des acteurs.....	10
2.3 Les enjeux de la filière Cuir nationale .....	12
3 L'OCCITANIE : UNE REGION OVINE ET PRODUCTRICE HISTORIQUE DE CUIR .....	15
4 LE POLE CUIRS & PEAUX AVEYRON, UN ACTEUR IMPORTANT DE LA FILIERE S'ENGAGEANT POUR SA REDYNAMISATION..	16
5 PROBLEMATIQUE.....	18
<b>PARTIE 2 : METHODOLOGIE .....</b>	<b>19</b>
1 METHODOLOGIE GENERALE .....	20
2 ANALYSE EXPLORATOIRE POUR APPREHENDER LES ENJEUX DE LA FILIERE CUIR .....	22
3 CARACTERISATION DES ACTEURS CLES DE LA FILIERE CUIR REGIONALE .....	23
3.1 Réalisation d'une enquête qualitative auprès d'une diversité d'acteurs de la filière .....	23
3.2 Analyse thématique des entretiens semi-directifs.....	26
4 IDENTIFICATION DES PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE CUIR REGIONALE.....	27
4.1 Objectifs.....	27
4.2 Invitation à participer .....	27
4.3 Déroulement de l'atelier participatif .....	28
4.4 Analyse de l'atelier participatif.....	30
<b>PARTIE 3 : RESULTATS.....</b>	<b>31</b>
1 LES ACTEURS DU CUIR REGIONAUX : UNE POLARISATION ENTRE TARN ET AVEYRON.....	32
1.1 Deux pôles d'élevage et d'abattage .....	32
1.2 Deux pôles de production du Cuir .....	33
1.3 Deux pôles de manufactures .....	33
1.4 Deux pôles de formation.....	35
2 LES PRINCIPAUX ACTEURS DE LA FILIERE CUIR DANS LE DEPARTEMENT DE L'AVEYRON ET LEUR STRUCTURATION .....	36
3 LA PERCEPTION DE LA FILIERE CUIR ET DE SON DEVELOPPEMENT PAR SES ACTEURS.....	38
3.1 Une diversité de profils d'acteurs .....	38
3.2 Les perceptions de la filière Cuir .....	45
4 L'ATELIER PARTICIPATIF : PRIORISATION DES ENJEUX ET ELABORATION DE PISTES D'ACTION .....	51
4.1 Temps d'échange avec les participants suite à la présentation des enjeux.....	51
4.2 Restitution des travaux de groupe.....	51
4.3 Conclusion et perspectives.....	54
<b>PARTIE 4 : DISCUSSION ET PROPOSITIONS .....</b>	<b>55</b>
1 DISCUSSION .....	56
2 PROPOSITIONS.....	57
2.1 Maintenir la dynamique collective et construire une stratégie économique à l'échelle de la région	57
2.2 Revaloriser la peau de l'agneau Lacaune régional .....	63
<b>CONCLUSION GENERALE .....</b>	<b>66</b>



## **Sigles et abréviations**

AFICTIC : Association Française des Ingénieurs Chimistes et Techniciens des Industries du Cuir

AG : Assemblée générale

BEA : Bien-être animal

CCI : Chambre de Commerce et d'Industrie

CEC : Confédération Européenne de l'industrie de la Chaussure

CGAAER : Conseil Général de l'Alimentation, de l'Agriculture et des Espaces Ruraux

CNC : Conseil National du Cuir

CNEAb : Comité National d'Ethique des Abattoirs

COMESA : Common Market for Eastern and Southern Africa

COTANCE : Confédération des associations nationales de Tanneurs et mégissiers de la Communauté Européenne

CTC : Centre Technique du Cuir

FAVA : Filières Agricoles à forte Valeur Ajoutée

GLCC : Global Leather Coordinating Committee

ICHSLTA : International Council of Hide Skin & Leather Traders Associations

ICPE : l'Installation Classée pour la Protection de l'Environnement

ICT : International Council of Tanners

INPI: Institut Nationale de la Protection Intellectuelle

IULTCS : International Union of Leather Technologists and Chemists Societies

LVMH : Louis Vuitton-Moët-Hennessy

LWG : Leather Working Group

OPCALIA : Organisme Paritaire Collecteur Agréé

RAGT : Rouergue Auvergne Gévaudan Tarnais

REACH: Registration, Evaluation and Authorization of Chemicals

RSE : Responsabilité Sociétale des Entreprises

TCLF : Textile, Clothing, Leather, and Footwear

UITIC : International Union of Shoe Industry Technicians

## Introduction générale

A l'heure de la quatrième édition du Sustainable Leather Forum (12 septembre 2022), initiée par le Conseil National de la filière Cuir, la filière Cuir doit faire face à de multiples enjeux : la communication pour défendre l'appellation Cuir, l'emploi et la formation pour permettre la sauvegarde des savoir-faire et la responsabilité sociétale des entreprises pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs comme le bien-être animal (COTANCE et IndustriAll-Europe, 2020 ; Dewintre, 2021 ; France Assos Santé, 2021 ; Le feuillet, 2022 ; OPCO 2i, 2020a).

Si cette filière se maintient aujourd'hui en particulier en Île-de-France et en Auvergne-Rhône-Alpes, c'est grâce à l'industrie de la maroquinerie de Luxe. Autrefois, la filière était plus diversifiée et s'étendait sur plusieurs régions françaises. Jusque dans les années 1960, l'Occitanie a été une région dynamique dans les secteurs de la ganterie et de la mégisserie. Elle comptait deux centres historiques de production : les gants à Millau (en Aveyron) et le délainage et le mégissage dans les villes de Mazamet et de Graulhet (dans le Tarn). Cependant, les années 1970 ont été marquées par la mondialisation et la délocalisation des industries, notamment celle du Cuir, conduisant ainsi à son déclin. Face à la concurrence de pays au coût de main d'œuvre moins élevé, des entreprises occitanes se sont pérennisées par la montée en gamme de leur production destinée à des enseignes de luxe telles que Chanel, Hermès, etc. (Baillon, 1989 ; Di Mèo, 1984 ; François, 1939)

Aujourd'hui, la filière Cuir occitane connaît un renouveau : des entreprises sont créées ou reprises, des projets de recherche sont initiés et des collectifs de professionnels se structurent comme Graulhet le Cuir ou le Pôle Cuirs et Peaux Aveyron.

Le collectif Pôle Cuirs et Peaux Aveyron fait partie des acteurs qui œuvrent pour redynamiser et structurer la filière. Créé en 2015 par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Millau, il réunit aujourd'hui 20 professionnels, transformateurs du Cuir.

Le pôle Cuir s'est associé à l'École d'Ingénieurs de Purpan dans le cadre d'un projet de recherche, financé par la région Occitanie. Ce projet, intitulé FAVA (accompagner les Filières Agricoles à fortes Valeurs Ajoutées en Occitanie), vise à réfléchir avec les acteurs de trois filières emblématiques de la région Occitanie (Cuir, Laine et Chanvre textile) à la mise en place d'actions concrètes pour leur redynamisation. Pour ce faire, une phase de diagnostic des trois filières est lancée afin de caractériser leurs acteurs, leur fonctionnement et leurs logiques d'actions. C'est dans ce contexte que ce stage de fin d'études s'inscrit. L'objectif de l'étude est donc de réaliser un diagnostic de la filière Cuir occitane en caractérisant ses principaux acteurs et en identifiant, avec les acteurs de la filière eux-mêmes, les principaux freins et leviers entravant ou permettant le développement de celle-ci.

Ce mémoire s'organise en quatre parties. La première partie présente le contexte de la filière Cuir avec un focus sur ses principaux enjeux, liés notamment aux nouvelles attentes sociétales sur la production du Cuir et à sa nécessité de différenciation afin de rester compétitive face à la concurrence internationale. L'organisation des acteurs de la filière et leur structuration selon différentes échelles (internationale, nationale et régionale) sont également présentées. La deuxième partie aborde la méthodologie suivie afin de répondre à la problématique et se scinde en deux principales étapes : la réalisation d'entretiens semi-directifs et l'organisation et l'animation d'un atelier participatif. La troisième partie présente les résultats qui donnent lieu, dans la quatrième partie, à l'élaboration de propositions en réponse à la problématique.

## **PARTIE 1: Contexte**

# 1 Structuration et enjeux de la filière Cuir aux échelles internationale et européenne

Le Cuir est une matière exclusivement issue de la peau d'animaux (bovins, ovins, reptiles, poissons et caprins), et rendue imputrescible par des opérations de transformation (tannage végétal ou au chrome) (Conseil National du Cuir, 2016). La particularité de la filière qui en découle est sa concentration autour d'un co-produit des filières viande et lait. Cette industrie ancienne a su perdurer au fil des siècles et s'organiser au niveau mondial.

## 1.1 Principaux acteurs et marchés

En 2015, les trois principaux pays producteurs de cuir sont, dans l'ordre décroissant, la Chine avec 5 962 millions de pieds carrés de cuir, le Brésil avec 2 260 et la Russie avec 1 652. La France se trouve à la 22<sup>ème</sup> place avec une production de 170 millions de pieds carrés en 2015. En 10 ans, la production française en volume semble s'être stabilisée avec une évolution de -3% (International Council of Tanners, 2021d).

La peau d'ovin (mouton et agneau) est la plus produite avec 543,5 millions de pièces en 2015, vient ensuite la peau de chèvre avec 499,1 millions de pièces et, finalement, celle de bovin avec 366,9 millions de pièces. La France est classée, respectivement, pour chacun de ces types de peaux, 9<sup>ème</sup> productrice mondiale, hors classement (pas dans le top 30 mondial) et 10<sup>ème</sup> productrice mondiale (International Council of Tanners, 2021d).

Le cuir est essentiellement destiné à l'industrie de la chaussure pour 47%, à l'automobile pour 17% puis aux vêtements pour 10% (International Council of Tanners, 2021d).

En 2019, le marché mondial du Cuir est estimé à 460 milliards de dollars par Grand View Research (Faguer, 2021 ; Grand View Research, 2022). Le marché du cuir a donc un poids économique significatif à l'échelle mondiale.

La crise de la Covid-19 de 2020 a eu un impact négatif important sur le marché du Cuir. Malgré tout, la filière a repris. En 2021, le marché mondial du Cuir continue d'être régit par la Chine qui en est le premier exportateur et le troisième importateur (Conseil National du Cuir, 2022c).

L'Europe, quant à elle, connaît un « redémarrage plus lent » entre 2020 et 2021, comparativement à celui de l'ensemble des pays acteurs de la filière Cuir mondiale. Selon le Conseil National du Cuir, l'Europe enregistre durant cette période une hausse des exportations « modérée » de +9%. Néanmoins, deux pays européens se détachent : l'Espagne avec +26% d'exportations et l'Italie avec +18% (Conseil National du Cuir, 2022c).

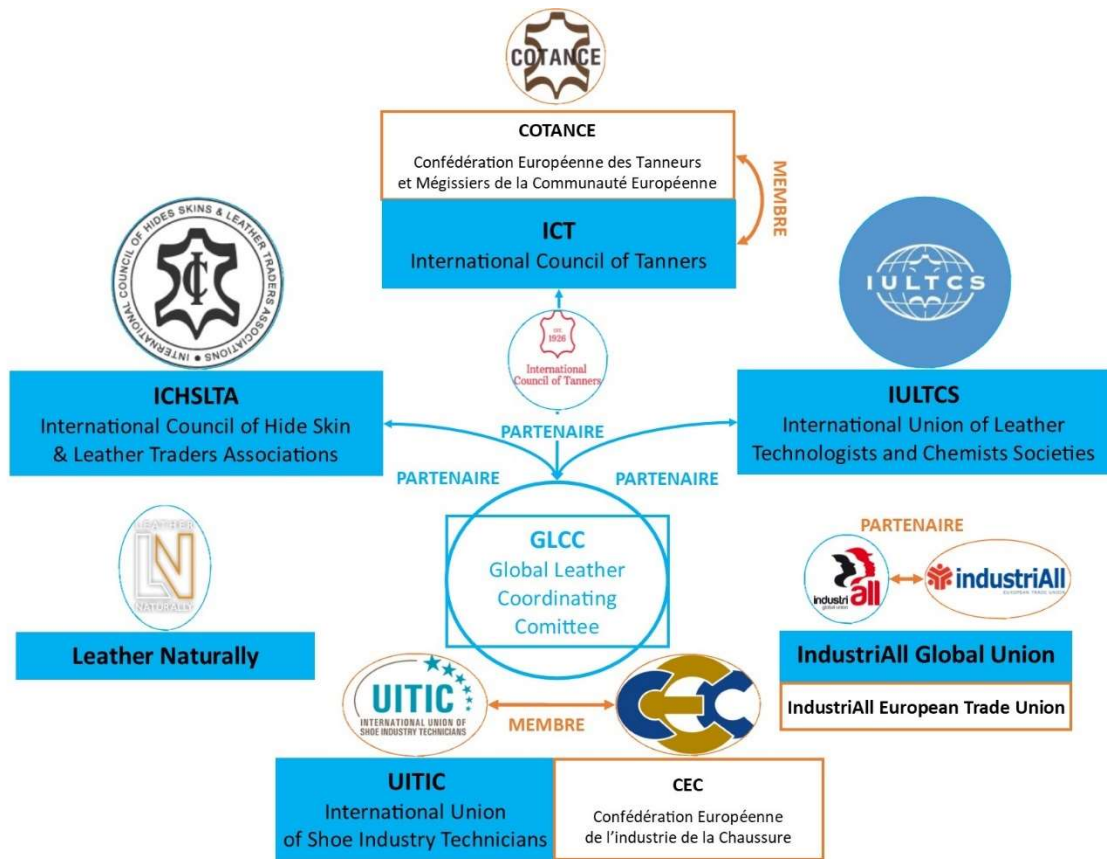
Le Brexit du Royaume-Uni a eu pour effet le « décrochage » de sa filière Cuir avec un recul de ses exportations de 61% entre 2019 et 2021 (Conseil National du Cuir, 2022c).

Malgré ces deux événements, la filière Cuir européenne a su faire preuve de résilience.

## 1.2 Organisation des acteurs

### 1.2.1 Au niveau mondial

La filière Cuir mondiale est structurée par secteurs d'activité ou par actions auxquelles prennent part les pays acteurs du Cuir (Figure 1).



### Légendes

- Organisme inscrit au sein de la filière Cuir internationale
- Organisme inscrit au sein de la filière Cuir européenne
- X
X
 Lien entre deux entités internationales
- X
X
 Lien entre une entité internationale et une entité européenne

Figure 1 : Structuration globale de la filière Cuir internationale

Sources : International Council of Hide Skin & Leather Traders Associations, 2022a ; International Union of Leather Technologists and Chemists Societies, 2020b ; IndustriAll-Europe, 2022 ; International Council of Tanners, 2021b ; COTANCE, 2021

La filière du Cuir est structurée au niveau mondial via 3 organisations internationales : « International Council of Hide Skin & Leather Traders Associations » (ICHSLTA) et « International Union of Leather Technologists and Chemists Societies » (IULTCS). Ces 3 organisations représentent, respectivement, des maillons clés de la filière Cuir : les tanneries / mégisseries, les négociants en peaux et les sociétés connexes technologiques et chimiques. Elles sont regroupées au sein du « Global Leather Coordinating Committee » (GLCC). Cette structuration internationale permet à la filière de partager les enjeux auxquels elle doit faire face pour tendre vers des actions harmonisées (International Council of Tanners, 2021b).

Ces trois organisations ont toutes vu le jour à partir de 1926. A cette période-là, la mondialisation de l'industrie du Cuir nécessitait la mise en place d'un cadre commun. L'ICT, créé en 1926, a instauré un contrat international commun pour la vente et l'achat de peaux, de cuirs bruts et de cuirs finis. L'ICHSLTA, créé en 1929, avait pour but principal de promouvoir, de développer et de protéger le commerce international des peaux, cuirs bruts

et de cuirs finis. L'IULTCS, créée en 1948, avait pour vocation de favoriser la coopération de ses membres et d'organiser des congrès pour faire avancer l'innovation technologique du cuir en tant que matériau (International Union of Leather Technologists and Chemists Societies, 2020a ; International Council of Tanners, 2021a ; International Council of Hide Skin & Leather Traders Associations, 2022b).

Aujourd'hui, elles assurent le maintien de ce cadre commun à tous les acteurs de la filière Cuir, fortes de l'adhésion de plusieurs organisations du Cuir (Figure 1) (International Council of Tanners, 2021c ; International Union of Leather Technologists and Chemists Societies, 2020b ; International Council of Hide Skin & Leather Traders Associations, 2022c) :

- l'« International Council of Tanners » est constitué de 13 associations nationales, comme la Fédération Française de la Tannerie et Mégisserie, et de 2 groupes régionaux européens avec « la Confédération des associations nationales de Tanneurs et mégissiers de la Communauté Européenne » (COTANCE) et africain avec le « Common Market for Eastern and Southern Africa » (COMESA) ;
- l'« International Council of Hide Skin & Leather Traders Associations » représente plus de 30 pays avec comme membres actuels les organisations du commerce des cuirs et peaux de 7 pays (Etats-Unis, France, Allemagne, Australie, Japon, Chine et Taïwan) ;
- l'« International Union of Leather Technologists and Chemists Societies » est composée de 18 sociétés membres dont la France et de 5 membres associés soit un total de 3 000 membres.

Il existe également l'« International Union of Shoe Industry Technicians » (UITIC), créée en 1972, comptant des membres de 25 pays différents dont la France pour développer l'innovation et le savoir technique autour de l'industrie de la chaussure. La chaussure est le secteur d'activités du Cuir le plus développé devant la maroquinerie et le vêtement (International Council of Tanners, 2021d ; International Union of Shoe Industry Technicians, 2022 ; International Union of Shoe Industry Technicians, 2021).

A l'échelle internationale, d'autres associations réunissent des acteurs du Cuir, non plus par secteurs d'activité (tannerie, mégisserie, chaussure, ...), mais jalonnant tous les maillons de la filière. Ainsi, la « Leather naturally » est une organisation interprofessionnelle de la filière Cuir internationale. C'est une association à but non lucratif qui réunit des acteurs de la filière Cuir (des tanneries aux manufactures en passant par les industries chimiques et techniques) autour de l'information et de l'éducation des professionnels et des consommateurs sur la production du Cuir. Les deux maîtres mots, selon Leather Naturally, sont « inspirer » et « informer » (Leather Naturally, 2022a ; Leather Naturally, 2022b ; Conseil National du Cuir, 2022b).

### **1.2.2 Au niveau européen**

A l'échelle européenne, deux confédérations sont répertoriées par le Conseil National du Cuir (CNC, organisation interprofessionnelle de la filière Cuir française). Elles ont pour but de représenter les secteurs d'activité du cuir et d'exercer un lobbying auprès des instances publiques.

La Confédération des associations nationales de tanneurs et mégissiers de la communauté européenne, COTANCE, établie à Bruxelles, regroupe des tanneries et des mégisseries européennes. Elle assure la représentation de l'industrie européenne du Cuir et la

promotion du Cuir européen sur les marchés en Europe et dans le monde (COTANCE, 2021a).

La Confédération Européenne de l'industrie de la Chaussure (CEC) a été créée à Bruxelles dans les années 1990. Elle a pour vocation d'être « la voix de l'industrie de la chaussure européenne ». Elle réunit aujourd'hui environ 88% des acteurs européens de la production de chaussures fédérés en associations ou en fédérations nationales. Ces organisations échangent et créent des collaborations tout au long de la chaîne d'approvisionnement dans un but unique : « stimuler la compétitivité et la croissance durable » de l'industrie de la chaussure européenne (Confédération européenne de l'industrie de la chaussure, 2022a ; Confédération européenne de l'industrie de la chaussure, 2022b).

Enfin, l'IndustriAll European Trade Union est une fédération de syndicats indépendants qui assure la représentation et la mise en place d'un environnement de travail décent pour 7 millions de collaborateurs européens. Ces derniers œuvrent dans de nombreux secteurs d'activité dont l'industrie de l'habillement et celle de la chaussure. Cette fédération, partenaire d'IndustriAll Global Union (organisme ayant la même vocation à l'échelle internationale), est un acteur structurant de la filière Cuir européenne dans le domaine social (IndustriAll-Europe, 2022 ; COTANCE, 2018 ; COTANCE et IndustriAll-Europe, 2020).

### **1.3 Les enjeux internationaux de la filière Cuir**

La filière Cuir mondiale doit faire face à de nombreux enjeux relevant de multiples dimensions toutes interconnectées : économique, environnementale, sociale, sociétale, voire morale, éthique, etc. Nous allons aborder ici la traçabilité du Cuir, les enjeux industriels, environnementaux et sociaux. Les enjeux économiques sont abordés de manière transversale aux autres enjeux présentés.

#### **1.3.1 La traçabilité du Cuir : un enjeu mondialisé et une solution transversale**

En 2020, COTANCE, en collaboration avec IndustriAll European Trade Union, a publié son rapport social et environnemental sur l'industrie du Cuir européenne. Il y est fait état de l'avancée des démarches environnementales et sociales portées par les tanneries européennes depuis 2009. Cependant, un autre enjeu fort est encore à relever à savoir celui de la traçabilité du Cuir. Cette dernière constitue une garantie pour les tanneurs, d'une part, qui peuvent retracer la provenance des défauts des peaux qu'ils reçoivent, et pour les consommateurs, d'autre part, soucieux de la façon dont sont élaborés les articles en cuir qu'ils consomment.

L'étude « Luxury Outlook 2022 », publiée en 2022 par le cabinet international de conseil en stratégie, Boston Consulting Groups (BCG), et l'association Comité Colbert, révèle que 65% des consommateurs des produits de Luxe prennent en compte, lors de leurs achats, l'engagement des entreprises dans le développement durable. Or, Seara et al. estiment la traçabilité comme un « prérequis si les entreprises veulent comprendre l'impact social et environnemental de leurs produits » (Boston Consulting Group, 2022 ; Seara *et al.*, 2018).

La traçabilité est donc un enjeu clé à la frontière entre les enjeux techniques de production et les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux (Roesslinger, 2020 ; Chapuis, 2018).

Il est cependant difficile d'assurer la traçabilité de la peau car elle est un sous-produit de la filière viande et n'est donc pas soumise à des obligations réglementaires sur la transmission d'informations concernant sa provenance. De nombreux projets européens et mondiaux sont d'ores et déjà mis en place pour favoriser le suivi de la provenance des peaux (mise

en place d'une plateforme de suivi de la traçabilité par la commission économique pour l'Europe, déclaration commune des tanneries européennes et de la filière viande pour une traçabilité européenne, etc.) (COTANCE et IndustriAll-Europe, 2020).

Ils sont les marqueurs d'un enjeu mondial clairement identifié par l'Europe. Les actions des maisons de Luxe vont également dans ce sens avec l'intégration de leur production de Cuir et le renforcement de la traçabilité des peaux issues de sources d'approvisionnement responsables (Chapuis, 2018 ; Chapuis, 2019 ; Ménard, 2019a ; Hermès, 2019 ; Hermès, 2021).

### **1.3.2 Les enjeux industriels relatifs au maintien de l'appellation « Cuir » et de sa qualité**

Le rapport social et environnemental sur l'industrie du Cuir européenne met en exergue deux autres enjeux considérés comme majeurs aujourd'hui : la défense de l'appellation « Cuir » et le maintien de la qualité de la peau (COTANCE et IndustriAll-Europe, 2020 ; Chapuis, 2018).

La défense de l'appellation « Cuir » nécessiterait essentiellement la mise en place d'une législation et de campagnes de communication. Pour la filière Cuir européenne, il est essentiel que le terme « Cuir » ne soit pas détourné au bénéfice de nouvelles matières alternatives au Cuir (COTANCE et IndustriAll-Europe, 2020 ; Chapuis, 2018).

En effet, des matières synthétiques, substituts du cuir, apparaissent actuellement sur le marché telles que celles fabriquées à partir de polyuréthane, de PVC ou de matières biosourcées. Selon l'étude de marché, réalisée en 2021 par Grand View Research, sur ces trois types de « cuirs synthétiques », ce marché représente 33,7 milliards de dollars en 2021, répartis à plus de 60% entre le secteur de l'automobile et de la chaussure. Le taux de croissance annuel combiné de ces trois matières synthétiques devrait être d'environ 8,0% de 2022 à 2030 (Grand View Research, 2021).

Le maintien de la qualité de la peau, quant à lui, repose sur l'origine du produit en lui-même. La peau est un sous-produit de la filière viande et est donc considéré en tant que tel par les acteurs amont de la filière. Le positionnement sur une production de Cuir haut de gamme de l'Europe (25% de sa production en 2020) exclut la dégradation de la qualité du Cuir. Ainsi, une politique qualité cohérente de l'amont à l'aval de la filière doit être menée en ce sens (COTANCE et IndustriAll-Europe, 2020).

L'enjeu sous-jacent au maintien de la qualité de la peau est le bien-être animal. Le traitement des animaux a un impact direct sur la qualité de leurs peaux. Cet enjeu est mondialisé : de plus en plus de tanneries et de mégisseries collaborent avec des sources d'approvisionnement durables et respectueuses de l'animal (COTANCE et IndustriAll-Europe, 2020 ; Chapuis, 2019).

Le bien-être animal constitue également un enjeu à relever pour les industries du Luxe ciblant la population âgée de 18 à 34 ans, les « millennials », qui en est particulièrement soucieuse (Ménard, 2019a).

### **1.3.3 Les enjeux environnementaux**

Les enjeux environnementaux sont de plus en plus présents au sein de la filière Cuir, consommatrice en eau, en produits chimiques, en solvants et en énergies. Selon l'enquête menée par COTANCE et IndustriAll-Européen Trade Union, entre 2016 et 2018, les tanneries et les mégisseries européennes consommaient 2,15 kg de produits chimiques et



généraient 2,63 kg de déchets en moyenne par m<sup>2</sup> de cuir fini (COTANCE et IndustriAll-Europe, 2020).

De nombreux labels environnementaux internationaux voient le jour et de plus en plus de tanneries y adhèrent.

Pour exemple, le « Leather Working Group Leather Manufacturer Audit Protocol », lancé en 2006 par Leather Working Group (LWG), est aujourd'hui à sa version 7.0 plus approfondie sur l'impact environnemental des processus de production des tanneries. En 2020, au moins 550 tanneries dans le monde ont été auditées par l'organisation LWG (20% de ces tanneries étaient européennes) (LWG, 2022a ; LWG, 2022b ; COTANCE et IndustriAll-Europe, 2020).

Les enjeux environnementaux sont aussi pris en compte à l'échelle européenne. En 2020, les tanneries européennes, enquêtées par COTANCE, investissent 4% de leur chiffre d'affaires total (coût environnemental) pour diminuer leur empreinte environnementale en se focalisant essentiellement sur le traitement des déchets (47,5% du coût environnemental), de l'eau (avec 35,1%) et des effluents (avec 4,7%) (COTANCE et IndustriAll-Europe, 2020).

L'Union Européenne, quant à elle, exerce sa politique environnementale dans l'industrie du Cuir au travers du règlement européen Registration, Evaluation and Authorization of Chemicals (REACH) appliqué depuis juin 2007. Il vise à encadrer toutes les entreprises utilisant des substances chimiques et les produits qui en contiennent et qui sont consommés par la population. Son objectif est de préserver l'environnement et la santé humaine. Concrètement, l'industrie du Cuir européenne se voit dans l'obligation de se mettre en conformité par rapport au chrome hexavalent. En effet, depuis 2014, la quantité de chrome hexavalent autorisée, sur les articles en cuir susceptibles d'être en contact avec la peau des consommateurs, est de maximum 3 mg / kg (Ménard, 2019b ; Centre Technique du Cuir, 2022a ; Bouchez, 2014 ; Centre Technique du Cuir, 2020).

Entre les labels, les normes réglementaires européennes et les processus de tannage consommateurs en ressources, les tanneries doivent faire face à des défis constants pour limiter leur impact environnemental. A ceci s'ajoute l'intérêt des maisons de Luxe pour les labels environnementaux, comme LVMH dont l'objectif était d'avoir 70% de ses fournisseurs de cuirs certifiés LWG fin 2019 (Chapuis et Leboucq, 2019). Les tanneries se voient dans l'obligation de s'aligner sur les critères des certifications environnementales pour pérenniser leurs partenariats avec les maisons de Luxe. Les enjeux environnementaux deviennent ainsi un enjeu économique de compétitivité des entreprises.

#### **1.3.4 Les enjeux sociaux**

L'enjeu social principal auquel fait face la filière Cuir concerne le renouvellement générationnel et la transmission des savoir-faire au sein des diverses entreprises du Cuir. Cela est exacerbé dans les pays européens aux populations vieillissantes et aux taux de natalité en baisse. Cet enjeu social touche tous les secteurs de l'industrie du Cuir. L'étude menée par COTANCE montre en effet, qu'entre 2012 et 2020, les salariés âgés de plus de 55 ans, des tanneries et mégisseries européennes enquêtées, ont augmenté de 6,7% et que ceux âgés entre 16 et 45 ans ont diminué de 7,4% (COTANCE et IndustriAll-Europe, 2020).

Pour y faire face, des projets cherchant à renforcer l'attractivité de la filière Cuir et à développer les compétences des collaborateurs au sein de ses différentes entreprises sont mis en place. Ainsi, en Europe, COTANCE et IndustriAll European Trade Union se sont

associés pour œuvrer à l'attractivité des activités du Cuir et au développement de la formation sectorielle (COTANCE et IndustriAll-Europe, 2020).

COTANCE est également une des 22 organisations partenaires du projet Erasmus +, intitulé « Skills for Smart Textile, Clothing, Leather, and Footwear » (TCLF). Ce programme, financé par la Commission Européenne, vise à booster la compétitivité des secteurs textile, vêtement, cuir et chaussure, en développant durablement les compétences – métiers au travers d'une campagne de communication attractive pour les acteurs sociaux, économiques et politiques (COTANCE, 2021b ; Skills 4 Smart TCLF 2030, 2020a ; Skills 4 Smart TCLF 2030, 2020b).

Par ailleurs, la gouvernance du secteur Cuir au niveau international est « à renforcer » selon COTANCE. Si certaines actions sont menées à l'échelle internationale, comme la mise en place d'une méthodologie d'évaluation de l'empreinte écologique du cuir, d'autres comme la définition de normes sociales n'en font pas partie. Ceci, malgré les actions de l'Organisation internationale du Travail (OIT) qui œuvre pour la coopération mondiale et la mise en place d'un environnement de travail décent dans l'industrie du textile, de l'habillement, du cuir et de la chaussure (COTANCE et IndustriAll-Europe, 2020 ; Organisation internationale du Travail, 2022).

## **2 Structuration et enjeux de la filière Cuir en France**

Fort de l'adhésion des institutions françaises du Cuir aux instances mondiales présentées précédemment, l'industrie française est intégrée au marché mondial. A l'échelle nationale, la filière du Cuir est dynamique et doit également faire face à de multiples enjeux.

### **2.1 Principaux acteurs et marchés**

En 2021, la France se positionne au 4<sup>ème</sup> rang en tant qu'exportateur et importateur de la filière Cuir au niveau mondial. La France doit son dynamisme sur le marché mondial du Cuir à sa relation privilégiée avec les Etats-Unis et la Chine. En effet, entre 2020 et 2021, les flux de marchandises ont augmenté de 36,5% en moyenne pour ces deux pays faisant d'eux les premiers clients de la France. La maroquinerie de Luxe française est très attractive pour les consommateurs de ces 2 pays avec 91% des importations chinoises en articles de maroquinerie et 80% pour les importations états-uniennes (notamment en sacs à main). Au total, les exportations françaises atteignent 14,7 milliards d'euros avec 68% d'entre elles constituées par de la maroquinerie française (les chaussures arrivent en second avec 27%) (Conseil National du Cuir, 2022c ; Conseil National du Cuir, 2022d).

Cette forte demande pour le Luxe français se traduit par le développement en 2021 des importations chinoises en provenance de France à hauteur de 162% par rapport à 2020. Au niveau mondial, le monopole du luxe est détenu par trois grandes maisons françaises (Louis Vuitton, Chanel et Hermès), dont la production totale (tous produits) s'élève à 121 milliards de dollars surpassant la maison italienne Gucci en 2020 (Conseil National du Cuir, 2022d ; Crevel, 2021).

Ces maisons de luxe françaises continuent d'investir dans le Cuir avec la création de huit nouveaux sites qui y sont destinés. Un acronyme a même été dédié aux entreprises françaises du Luxe « KHOL » pour Kering, Hermès, l'Oréal et LVMH auquel pourrait être rajouté Chanel (Crevel, 2021 ; Hammami, 2022).

Par ailleurs, les importations de la filière Cuir française s'élèvent à 11 milliards d'euros en 2021. La moitié d'entre elles proviennent de l'Asie avec la Chine, le Vietnam, l'Inde et l'Indonésie. En parallèle, l'Italie est le deuxième fournisseur le plus important pour la France

avec 24,3% des importations (juste derrière la Chine avec 24,4%) et le premier au niveau européen. Les marchandises importées sont à 95% des produits finis (61% de chaussures, 31% de maroquinerie et 3% d'autres produits comme les gants) (Conseil National du Cuir, 2022d).

Le marché du Cuir français est donc un marché d'export de produits haut de gamme dans sa grande majorité (Guinebault, 2020 ; Conseil National du Cuir, 2022c ; Conseil National du Cuir, 2022d ; Hammami, 2022 ; Crevel, 2021).

Les matières premières, quant à elles, représentent seulement 3% des exportations, soit 438 millions d'euros et 5% des importations soit 526 millions d'euros en 2021 (Conseil National du Cuir, 2022d). Pourtant, sur le secteur des cuirs et peaux bruts, la France est le troisième importateur et exportateur mondial. Ce paradoxe est lié à deux facteurs : d'une part, la France bénéficie d'un cheptel important qui lui permet d'importer peu de peaux de bovins, de veaux et d'ovins et, d'autre part, elle ne produit pas suffisamment de peaux exotiques et doit donc les importer. En 2021, les peaux exotiques représentent 69% des importations pour satisfaire la demande de l'industrie du Luxe. Le reste des peaux est importé en raison de leur grande qualité d'Espagne pour la peau d'ovins (78%), du Pays-Bas pour celle de veaux (29%) et du Royaume-Uni pour celles de bovins et d'équidés (38%) (Conseil National du Cuir, 2022d).

Les exportations se répartissent principalement entre les peaux de bovins à hauteur de 72% et de veaux à 15%, à destination de l'Italie pour les trois quarts. Ainsi, il y a une forte dépendance des exportations françaises de peaux à l'activité de tannerie et de mégisserie italienne (la Chine détient la seconde place). A contrario, l'Italie est le premier fournisseur de peaux finies de la France (Conseil National du Cuir, 2022d).

En 2020, la filière Cuir français se compose de 12 800 entreprises à l'origine de 132 600 emplois et d'un chiffre d'affaires de 25 milliards d'euros, dont 48% sont générés par le commerce à l'export. Plus précisément, elle compte 71 collecteurs de peaux et de cuirs bruts, 39 tanneries – mégisseries, 86 fabricants de chaussures et 403 entreprises de maroquinerie, selon les enquêtes réalisées par le CNC (Guinebault, 2020 ; Conseil National du Cuir, 2022d).

Cependant, cette dynamique de la filière Cuir française a été ralentie en 2020 en raison de la pandémie de la Covid-19, tout comme au niveau mondial, en raison de la fermeture des frontières et de l'augmentation des coûts de transport maritime. Concrètement, cela s'est traduit, par une diminution de -15% des importations françaises et de -9% des exportations (Conseil National du Cuir, 2022c).

En 2021, la situation économique de la filière Cuir française s'est inversée pour laisser place à « une reprise économique positive ». En effet, les exportations ont augmenté de 9% par rapport à 2019, année où la pandémie n'avait pas encore complètement touché la France. Cette reprise repose, en partie, sur le secteur de la maroquinerie haut de gamme dont le taux de couverture (rapport entre la valeur des exportations sur la valeur des importations d'un pays) ne cesse de croître (+ 16% entre 2019 et 2021) pour arriver à une valeur de 132% pour l'ensemble de la filière Cuir en 2021 (Chevalier, 2020 ; Conseil National du Cuir, 2022h ; Guinebault, 2022).

## **2.2 Organisation des acteurs**

La filière française du Cuir s'organise autour de plusieurs entités. Les deux principales organisations sont le Conseil National du Cuir (CNC), basé à Paris, et le Centre Technique

du Cuir (CTC), basé à Lyon, qui constituent « la colonne vertébrale » de la filière française du Cuir, comme le montre la Figure 2.

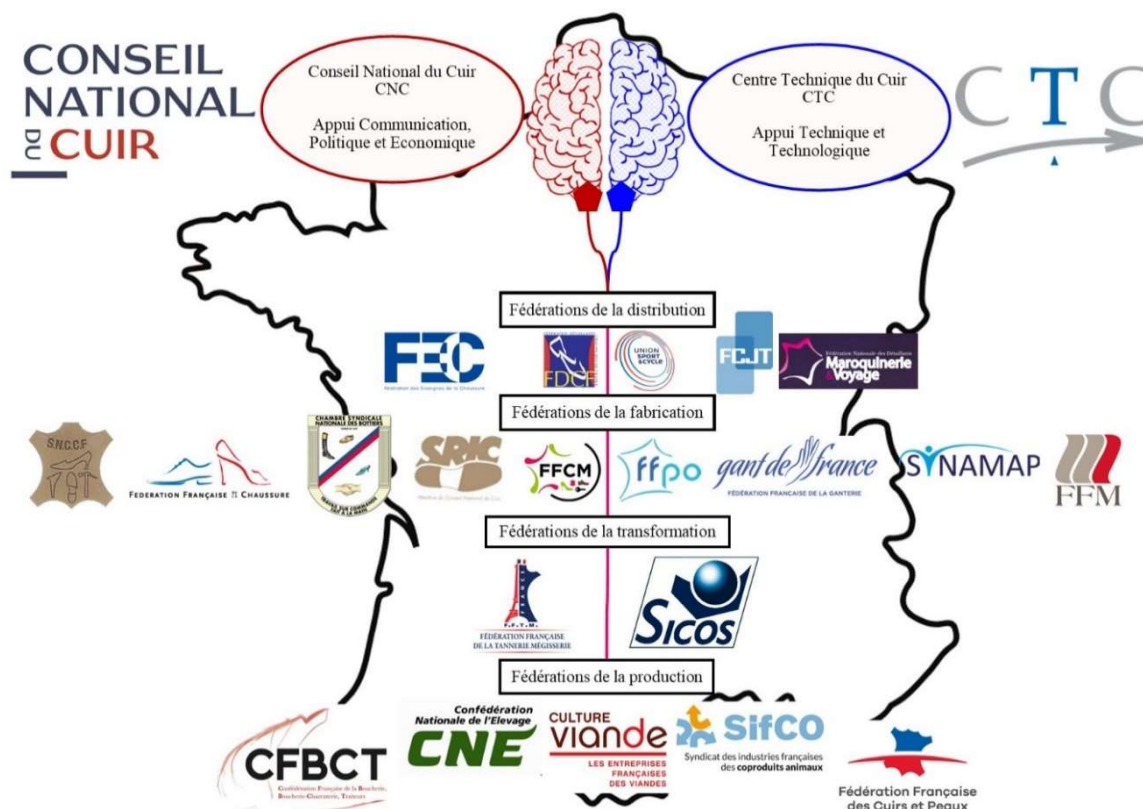


Figure 2 : Structuration de la filière Cuir française

Sources : Conseil National du Cuir, 2022d ; Centre Technique du Cuir, 2022d ; Chambre syndicale nationale des bottiers, 2022

Le CNC est l'organisation interprofessionnelle de l'ensemble des acteurs de la filière Cuir nationale : des producteurs aux utilisateurs du cuir en passant par les contributeurs à la production, à l'utilisation et à la distribution du cuir. Aujourd'hui, cette confédération fédère et représente 21 syndicats ou fédérations professionnels de l'amont comme de l'aval de la filière Cuir (Conseil National du Cuir, 2022g).

Les missions du CNC sont au nombre de 8 et ont pour objectifs d'étudier les problèmes auxquels doivent faire face les adhérents (dans les domaines fiscal, social, douanier, etc.), de représenter les professions et la filière, de défendre leurs intérêts auprès des pouvoirs publics entre autres, de publier les statistiques industrielles de la filière et d'assurer la promotion collective du Cuir et des produits à base de cuir. Pour mener à bien ses missions, le CNC met en place plusieurs types d'actions :

- « des actions de lobbying et de représentation » pour faire entendre la voix des professionnels du Cuir via les Rencontres du Cuir en Région pour promouvoir les entreprises et les enjeux de la filière, le soutien aux initiatives locales avec la création de « Pôle Cuir » et la parution d'une newsletter tous les 2 mois ;
- « des actions de communication et de promotion » sont également organisées avec la participation du CNC à plusieurs salons internationaux / nationaux, la réalisation de vidéos de présentation de la filière Cuir et des métiers du cuir ;
- l'« Observatoire Economique », géré par le CNC, pour publier les données économiques sur l'Industrie du Cuir et le commerce extérieur ;

- « des actions de soutien aux jeunes entrepreneurs » par la co-fondation du dispositif « Au-delà du cuir » (ADC) pour favoriser l'entrepreneuriat et le dynamisme des métiers du cuir (Conseil National du Cuir, 2022g ; Conseil National du Cuir, 2022f).

En parallèle du travail réalisé par le CNC, le CTC est défini comme le « Comité Professionnel de Développement Economique de la filière Cuir, Chaussure, Maroquinerie, Ganterie ». Il est le centre technique de la filière et agit, dans le cadre de sa mission d'intérêt général, au travers de trois types d'activités : une en tant que « comité professionnel de développement économique », l'autre en tant que « centre technique industriel » et la dernière en tant que « prestataire de services ». Sa mission d'intérêt général se décline en sept domaines d'expertise : la normalisation, l'innovation, l'information, la formation, la prospective de mode, l'aide à la création et la promotion (Conseil National du Cuir, 2022g ; Centre Technique du Cuir, 2022d).

Pour atteindre ses objectifs, le CTC possède des plateformes technologiques (750 m<sup>2</sup> dédiés à la tannerie et à la fabrication de chaussures et d'articles de maroquinerie, etc.). En 2020, il emploie 341 collaborateurs : 155 sur le territoire français et 186 en Asie (dont la grande majorité en Chine) (Centre Technique du Cuir, 2022d ; Centre Technique du Cuir, 2022c).

D'autres organisations professionnelles participent à la structuration de la filière Cuir française telles que :

- des fédérations, regroupées en 4 moments du parcours du cuir (la production, la transformation, la fabrication et la distribution) ;
- des organismes connexes à l'industrie du Cuir française se matérialisant sous la forme i) d'organisations interprofessionnelles comme l'Association Française des Ingénieurs Chimistes et Techniciens des Industries du Cuir (AFICTIC), et ii) d'associations comme l'Institut National des Métiers d'Art (INMA).

La filière Cuir française apparaît donc dynamique et structurée autour d'une multitude d'acteurs diversifiés, en raison du statut hybride du cuir entre sous-produit et produit « upcyclé ».

## **2.3 Les enjeux de la filière Cuir nationale**

La conférence de presse « Vœux et engagement 2022 » de la filière française du Cuir a donné lieu à la formulation des enjeux principaux de la filière nationale par le CNC. Ces enjeux sont regroupés en 4 axes de développement :

- la communication : « défendre les métiers et les savoir-faire » ;
- l'emploi et la formation : « favoriser l'emploi et la formation » ;
- la compétitivité : « améliorer la compétitivité des entreprises » ;
- la RSE : « intégrer la RSE dans les entreprises ».

### **2.3.1 Les enjeux de communication au cœur de la filière Cuir nationale**

En 2021, une étude menée par le Conseil National du Cuir, en collaboration avec la plateforme Happydemics, a mis en évidence des faits marquants quant à l'image qu'ont les jeunes vis-à-vis du Cuir. Sur un panel de 1 000 français de plus de 18 ans représentatif de la population française en âge et en genre, 1/3 des 18 – 24 ans pensent que le Cuir est issu d'une matière non animale. 54% de cette même tranche d'âge pensent que la production de Cuir provient d'élevages d'animaux dédiés (Dewintre, 2021 ; Le feuillet, 2022).

En parallèle, cette étude montre une vision globalement positive du Cuir. 64% des français interrogés qualifient cette matière de « durable » et « naturelle » et, parmi les consommateurs de Cuir, 63% affirment que le Cuir est la matière la plus résistante devant toutes les matières textiles et synthétiques (Dewintre, 2021 ; Le feuillet, 2022).

L'émergence de matières alternatives au Cuir a sans doute participé à altérer son image auprès des jeunes. En effet, il existe aujourd'hui des « Cuirs » non issus de matière animale tels que le Frumat et le Piñatex. Le Frumat est une matière alternative, fabriquée par une start-up italienne, à partir de pommes. Tandis que le Piñatex, créée par la société anglaise Ananas Anam, est une matière produite à partir d'ananas. Ces nouvelles matières sont appelées « cuir végan ». Le site internet « Il était une veggie » donne même la définition de ce terme : « textile imitant l'aspect du cuir et ayant les mêmes utilisations mais complètement exempt de matière animal ».

Pour les professionnels de la filière, c'est un abus de langage qui conduit à une « concurrence déloyale ». Selon Jérôme Verdier dans le journal Les Echos, en 2017 : « le mot "cuir" est galvaudé, voire usurpé, alors que le métier nécessite un gros travail avec une trentaine d'opérations » (Il était une veggie, 2018 ; Ananas Anam, 2017 ; La Dépêche, 2020 ; Technofashion World, 2019 ; Chapuis, 2017).

Ainsi, le Conseil National du Cuir a adapté la communication sur le cuir auprès des consommateurs, notamment ceux des nouvelles générations. L'objectif, à terme, est d'obtenir un appui législatif des pouvoirs publics et de l'Union Européenne en édictant une loi harmonisée à l'échelle européenne interdisant l'usurpation du mot « cuir » au moyen d'une définition précise de ce terme (Chapuis, 2017 ; Conseil National du Cuir, 2022h).

### **2.3.2 Les enjeux d'emploi et de formation**

« Favoriser l'emploi et la formation » est un enjeu toujours essentiel pour la filière qui se construit autour de savoir-faire spécifiques. En effet, le Conseil National du Cuir rappelle que « le patrimoine humain » de la filière française du Cuir est « reconnu à travers le monde » ; ce qui fait de l'emploi et de la formation « les clés de voûte » de cette industrie (Conseil National du Cuir, 2022h ; Blin, 2022 ; Centre Technique du Cuir, 2022b).

Une étude, menée en 2020 par l'OPCO 2i, a montré que les tanneries et les mégisseries emploient 71% de salariés ouvriers. De plus, la répartition des salariés en fonction de leur âge y est particulière. 20% des salariés ont plus de 60 ans, soit une proportion supérieure à la moyenne des industries françaises de 16 points, et 6% moins de 30 ans, soit une proportion inférieure à la moyenne des industries françaises de 9 points (OPCO 2i, 2020a).

Le besoin de transmission des savoir-faire et de recrutement de jeunes ouvriers qualifiés pour le secteur « Cuirs et Peaux » apparaît clairement (Conseil National du Cuir, 2022h ; Centre Technique du Cuir, 2022b ; OPCO 2i, 2020a).

Cependant, les métiers en tanneries et mégisseries pâtissent de leur image associée à la pollution et à des conditions de travail physiques et difficiles. En effet, dans d'autres pays où la main d'œuvre est moins chère, les conditions de travail sont dénoncées. Le quartier d'Hazaribagh au Bangladesh, le plus grand centre de tanneries au monde, a été classé en 2015 par l'organisme Human Rights Watch comme l'un des plus pollués au monde, où la mortalité est 300 fois plus élevée que dans le reste du pays (Combe, 2012 ; COTANCE, 2018).

Le besoin de main d'œuvre et de compétences des fabricants de produits finis est aussi une priorité. Pour exemple, en maroquinerie, le besoin de main d'œuvre est d'environ 3 000

postes à pourvoir chaque année. Nombreux sont ceux qui justifient cette difficulté à recruter par la méconnaissance i) de la diversité des profils recherchés au sein de l'industrie du Cuir, ii) et des métiers manuels en général (Blin, 2022 ; France 2, 2018 ; OPCO 2i, 2020b ; Studyrama, 2022).

### **2.3.3 Les enjeux sociaux et environnementaux au travers de la responsabilité sociétale des entreprises**

De ces enjeux de communication et d'attractivité de la filière Cuir découlent le défi de mettre en place tout au long de la chaîne de production du Cuir une politique RSE. Cet effort de réponse aux enjeux environnementaux et sociaux est observé par le CNC « depuis plus d'une décennie » (Conseil National du Cuir, 2022h).

La nécessité de mettre en place la RSE au sein des entreprises de la filière Cuir s'accroît étant donné la prise de conscience des consommateurs qui veulent devenir des « consom'acteurs ». Cette évolution des modes de consommation commence à être de plus en plus impactante sur la consommation de la viande et sur sa production. En 2018, le Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie (CREDOC) faisait le constat suivant : la consommation française de viande a diminué de 12% en une décennie. Les types de viandes fortement touchées par cette baisse, sont la viande de boucherie avec -21% en 9 ans et la charcuterie avec -17%. Les trois principales causes sont le « prix », l'« impact sur la santé » et les « considérations environnementales » (Bouanchaud, 2018 ; Crédoc, 2012).

Une seconde étude, réalisée par Réseau Action Climat et Harris Interactive, vient corroborer ce constat en 2020. Elle place la santé en tête des causes de diminution de la consommation de viande à 43%. Le bien-être animal, les préoccupations environnementales et les considérations financières suivent avec 36%, 33% et 33% respectivement (France Assos Santé, 2021 ; Jeanne, 2021).

Cette diminution de la production de viande induite par celle de la consommation pourrait réduire les cheptels bovins et ovins. Cela pourrait entraîner, à long terme, un amenuisement des gisements de peaux pour la filière Cuir.

Aujourd'hui, le CNC a rédigé le livre blanc, mis en place un forum tous deux dédiés à la RSE et communique les avancées de la filière en la matière. Le CTC a créé un outil d'accompagnement mesurant la maturité RSE des entreprises. Les entreprises s'inscrivent dans des démarches RSE labellisées et répondent à la législation française sur l'Installation Classée pour la Protection de l'Environnement (ICPE) (Conseil National du Cuir, 2022h).

Toutes ces initiatives s'emploient à répondre à la demande des consommateurs de Cuir et concrétisent la volonté de la filière d'aller vers une production toujours plus respectueuse de l'environnement.

### 3 L'Occitanie : une région ovine et productrice historique de cuir

L'Occitanie est une région avant tout agricole. En 2019, elle est la première région agricole de France avec près de 60 000 exploitations et plus de 3 millions d'hectares de surfaces agricoles utilisées (Pyrénées-Méditerranée, 2017a ; Chambre d'agriculture Occitanie et CERFRANCE d'Occitanie, 2021).

La forte identité agricole de l'Occitanie se traduit par l'agriculture et l'agroalimentaire comme premier secteur économique de la Région (Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée, 2017).

Les pratiques agricoles sont très diversifiées dans la région. Cette diversité des productions est à relier à la diversité de ses paysages et de ses climats. Ceci se traduit, par exemple, par une présence forte de l'élevage dans les zones montagneuses et des causses, qui constitue la production agricole qui valorise le mieux ces territoires (Figure 3) (Pyrénées-Méditerranée, 2017a ; Pyrénées-Méditerranée, 2017b ; DRAAF Occitanie, 2020b ; DRAAF Occitanie, 2010).

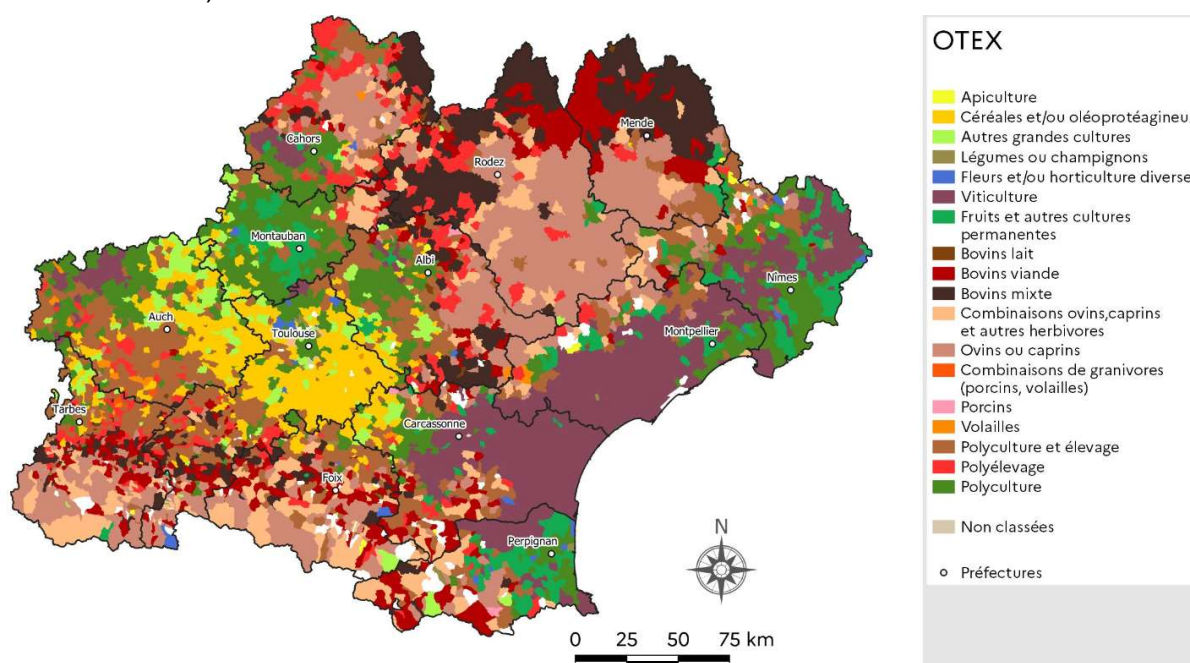


Figure 3 : Les orientations technico-économiques des exploitations agricoles occitanes en 2020

Source : DRAAF Occitanie, 2020

En 2019, l'Occitanie est notamment la septième région bovine, la troisième région caprine et la première région ovine avec 33% du cheptel ovin et 32% de la production de viande ovine (mais aussi 70% de la production laitière ovine) (Chambre d'agriculture Occitanie et CERFRANCE d'Occitanie, 2021).

Ce fort cheptel ovin est à l'origine de l'implantation de l'industrie du Cuir en Occitanie. En effet, avec un élevage historique très important, le but des agriculteurs était de valoriser au mieux l'ensemble des éléments produits par les ovins, notamment la peau « réputée d'une qualité exceptionnelle » (François, 1939 ; Baillon, 1989).

En 2020, selon le CNC, la région compte :



- 41% des tanneries-mégisseries françaises (soit 16 tanneries sur 39 au total) et 12% du chiffre d'affaires de ce secteur derrière les Pays de la Loire (28%) et l'Auvergne-Rhône-Alpes (26%). Les tanneries et mégisseries occitanes apparaissent donc plus petites et moins productives que celles des deux autres régions citées ;
- 4 fabriques de chaussure sur les 86 existantes en France (5%) ;
- 38 entreprises de maroquinerie, soit 9% des fabriques de maroquineries françaises. Cela en fait la troisième région (hors région parisienne) en termes de nombre de maroquineries derrière l'Auvergne-Rhône-Alpes (70 entreprises) et la Nouvelle-Aquitaine (50 entreprises).

Les entreprises appartenant au secteur du cuir sont restées essentiellement concentrées au sein de deux départements : l'Aveyron et le Tarn. En 2013, l'Aveyron compte 18 entreprises (5 tanneries – mégisseries, 5 ganteries et 8 selleries-maroquineries), générant 383 emplois et 39 millions d'euros de chiffre d'affaires. Pour la même année, le Tarn accueille 53 entreprises (30 tanneries – mégisseries – pelleteries, 16 maroquineries et 7 autres types de travail du cuir), générant 400 emplois et 82 millions d'euros de chiffre d'affaires (CCI Aveyron, 2015).

#### **4 Le Pôle Cuirs & Peaux Aveyron, un acteur important de la filière s'engageant pour sa redynamisation**

Suite à la crise économique et financière de 2008, le gouvernement français a mis en exergue les limites du modèle de développement économique industriel français. Ce constat est à l'origine des Etats généraux de l'industrie de 2009 (Dehecq et Ministère de l'Industrie, 2010).

En conséquence, en 2010, la Chambre de Commerce et de l'Industrie (CCI) de l'Aveyron a initié une étude sur son accompagnement de l'Industrie pour son maintien et son développement. Cette action avait pour but de constituer la Commission « INDUSTRIE » pour établir les conditions qui permettraient d'instaurer « le maintien et le développement de l'industrie sur le territoire au regard de son potentiel » (CCI Aveyron et Communauté de Communes Millau Grands Causses, 2015).

Cette commission a été le tremplin pour mener l'action « Dynamique industrielle » dont les objectifs étaient d'« identifier les potentialités du bassin industriel aveyronnais » et d'« imaginer les actions à mettre en place au niveau départemental et intra-départemental dans chaque filière » (CCI Aveyron et Communauté de Communes Millau Grands Causses, 2015).

Enfin, c'est en 2014 que le choix de la filière à soutenir s'est porté sur le Cuir, une filière avec un potentiel de développement important à l'échelle nationale et des atouts stratégiques aveyronnais pour s'inscrire dans le paysage du Cuir français (CCI Aveyron et Communauté de Communes Millau Grands Causses, 2015).

En 2015, la CCI mobilise alors des moyens matériels, techniques et humains pour créer le Pôle « Cuirs et Peaux » en Aveyron et la Communauté de Communes en devient un partenaire actif (CCI Aveyron et Communauté de Communes Millau Grands Causses, 2015).

Le 7 avril 2015, l'association Pôle « Cuirs et Peaux » est donc officiellement créée lors de son Assemblée Générale constitutive organisée dans les locaux millavois de la CCI de l'Aveyron (siège social de l'association) (CCI Aveyron et Communauté de Communes Millau Grands Causses, 2015 ; CCI Aveyron, 2015).

Le Pôle Cuir a alors trois missions principales (CCI Aveyron, 2015 ; CCI Aveyron et Communauté de Communes Millau Grands Causses, 2015) :

- « Faire-Savoir » : la promotion de la filière Cuir aveyronnaise ;
- « Savoir-faire » : la transmission et la pérennisation du savoir-faire ;
- « Faire Ensemble » : la fédération des professionnels de la filière Cuir pour la création d'un réseau professionnel capable de se réunir autour de projets à forte valeur ajoutée.

L'année de sa création, l'Association Pôle « Cuirs et Peaux » se compose de 19 membres actifs dont 17 professionnels du Cuir (ainsi que 2 membres de la Communauté de Communes et de la CCI) (CCI Aveyron et Communauté de Communes Millau Grands Causses, 2015 ; CCI Aveyron, 2015).

Dès sa genèse, le Pôle Cuirs et Peaux fédèrent 347 collaborateurs réunis autour de 17 entreprises, représentant un chiffre d'affaires de 36,4 millions d'euros (CCI Aveyron, 2015).

Les premières actions du Pôle Cuirs et Peaux Aveyron ont été la communication sur la filière Cuir, l'organisation de rencontres entre des membres du pôle aussi bien institutionnels que professionnels du Cuir et la mise en place d'un diagnostic de chaque entreprise adhérente pour identifier des axes de développement individuels et collectifs à initier.

Entre 2015 et 2017, le Pôle Cuirs et Peaux Aveyron était animé par Nathalie Ilieff qui a réalisé une synthèse de la dynamique de l'association au travers des projets aboutis et ceux à réaliser. Ils ont été catégorisés en deux types : l'« Appui aux Entreprises » et l'« Animation et promotion du Pôle » (Annexe 1).

Deux actions majeures ont été menées par le Pôle Cuirs et Peaux Aveyron. La première consistait en un diagnostic sur les ressources humaines de chaque entreprise-adhérente réalisé en 2015 par OPCALIA. Son but était d'« identifier des besoins communs et ciblés » et d'« élaborer des plans d'action court terme ». Cette action avait permis de faire émerger des formations communes à plusieurs membres de l'association.

La seconde a débuté en 2015 et visait à développer les outils de communication : un logo, une carte Aveyron de l'association, un flyer du Pôle Cuir, et la création d'un site internet, créant une identité propre et reconnaissable de l'association.

Depuis 2016, l'animation de l'association a été reprise par Corinne Mercier. Aujourd'hui, l'association est constituée de 18 membres (à la suite de 3 départs et 2 arrivées). Lors de sa dernière AG, organisée le 14 juin 2022, il a été décidé que l'association continuerait à réaliser des actions de communication et de promotion pour faire connaître les entreprises et leurs produits et attirer une nouvelle main d'œuvre.

## 5 Problématique

L'Occitanie est une région avec un fort potentiel de production de Cuir. Malgré un déclin économique important dû, en particulier, à la forte politique de délocalisation de l'Industrie du Cuir, des entreprises ont perduré en appliquant une stratégie de montée en gamme de leur production. Depuis les années 2010, la filière Cuir occitane connaît un regain d'activité. En 2020, la filière Cuir occitane réunit 41% des tanneries-mégisseries françaises et génèrent 12% du chiffre d'affaires dans ce secteur. Aussi, de nouvelles structures apparaissent comme l'association aveyronnaise Pôle Cuirs et Peaux Aveyron en 2015.

Les entreprises du Pôle Cuirs et Peaux Aveyron ont à cœur d'appréhender la filière Cuir régionale d'aujourd'hui pour mettre en place des actions collectives ciblées et concrètes afin de poursuivre le développement économique régional de la filière et surtout répondre à ses besoins.

L'association Pôle Cuirs et Peaux Aveyron et Le Sac du Berger, une entreprise membre de cette association, soutiennent le projet de recherche-action initié par l'Ecole d'Ingénieurs de Purpan intitulé « Filière agricoles à forte valeur ajoutée » (FAVA). Il a pour objectif de redynamiser trois filières agricoles historiques de l'Occitanie : la laine, le chanvre et le Cuir, par de la recherche participative avec les professionnels de ces filières et l'élaboration d'actions concrètes sur le terrain. Une dizaine d'enseignants-chercheurs aux compétences pluridisciplinaires sont mobilisés. Ce projet a débuté en janvier 2022 et est d'une durée de 3 ans.

Les enjeux internationaux et nationaux ainsi définis, les acteurs régionaux de la filière Cuir ont besoin de connaître ce qu'il en est pour les perspectives de la filière à l'échelle régionale. Ce stage de fin d'études de 6 mois (de mars à août 2022) se propose de répondre à la problématique suivante :

### **Peut-on développer une filière cuir régionale en Occitanie, de la valorisation des peaux d'animaux élevés sur le territoire jusqu'à la fabrication de produits finis ?**

Pour ce faire, deux grandes sous-questions devront être traitées : une relocalisation partielle ou totale de la filière cuir est-elle possible et souhaitée sur le territoire de l'Occitanie ? Quels sont les freins et les leviers pour la structuration d'une filière cuir territorialisée ? Pour y répondre, il sera nécessaire de réaliser un diagnostic de la filière cuir régionale et d'identifier ses acteurs, leur stratégie, leur logique d'action et leur perception de la filière.

## **PARTIE 2 : Méthodologie**

# 1 Méthodologie générale

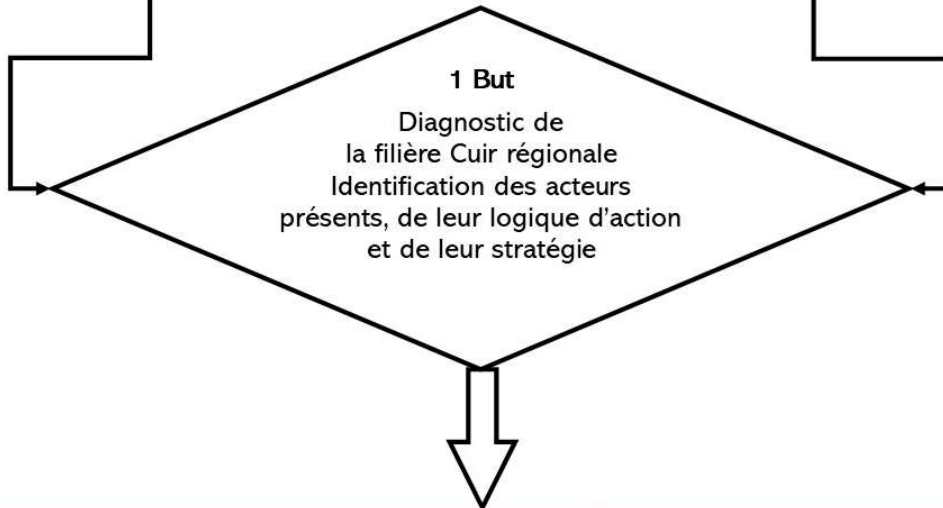
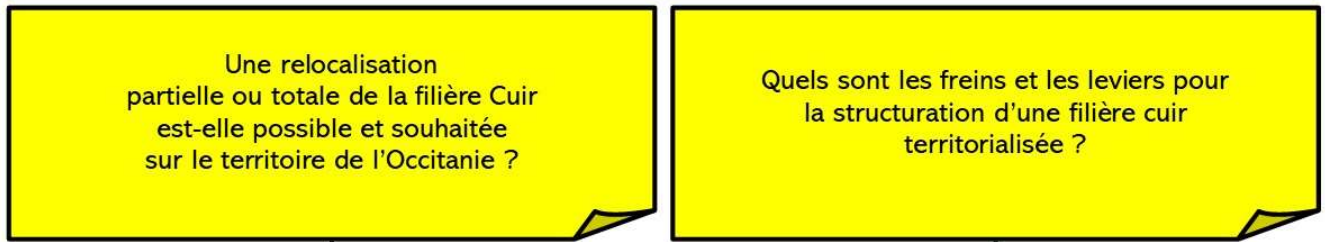
Pour répondre à la problématique, une démarche en trois grandes étapes a été mise en œuvre (Figure 4).

La première étape consistait à réaliser une analyse exploratoire de la filière Cuir aussi bien aux niveaux international que national et local. Il s'agissait d'identifier les principaux acteurs de la filière, de comprendre leur structuration et saisir les principaux enjeux auxquels ils font face. Pour ce faire, un travail bibliographique a été mené, complété par quelques entretiens ouverts auprès de personnes ressources.

La deuxième étape a visé à une caractérisation plus fine des acteurs de la filière à l'échelle locale, en particulier ceux de l'aval. Il était également question de comprendre leur stratégie et les perceptions qu'ils ont de la filière locale et de ses perspectives de développement. Pour cela, 32 entretiens semi-directifs ont été réalisés et ont permis de recenser les principaux freins et leviers de développement de la filière locale.

La troisième étape consistait en la réalisation d'un atelier participatif regroupant les acteurs enquêtés dans le but d'approfondir la réflexion sur les pistes de développement de la filière. Un travail préalable de structuration des travaux a été nécessaire afin de mieux valoriser les échanges collectifs.

2 questionnements



**ANALYSE EXPLORATOIRE DE LA FILIERE CUIR**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compréhension du contexte international à local de la filière Cuir</li> <li>• Identification des maillons de la filière Cuir de la peau aux produits manufacturés</li> </ul> <p>OUTILS : archives internes et autres recherches bibliographiques</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visualisation des acteurs régionaux de la filière</li> <li>• Cartographie des acteurs de la filière Cuir en Occitanie et zonage</li> </ul> <p>OUTILS : Publisher, archives internes et autres recherches bibliographiques</p>
---	--

**CARACTERISATION DES ACTEURS DE LA FILIERE CUIR**

<b>COLLECTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Définition de l'échantillonnage</li> <li>• Guides d'entretien semi-directifs pour chaque typologie d'acteurs de la filière Cuir</li> <li>• Retranscriptions des entretiens semi-directifs</li> </ul> <p>OUTILS : 32 entretiens semi-directifs, dictaphone sur téléphone, Word et Excel</p>
<b>ANALYSE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etude qualitative</li> </ul> <p>OUTILS : retranscriptions et Excel</p>

**REALISATION D'UN ATELIER PARTICIPATIF AUPRES DES ACTEURS DE LA FILIERE CUIR**

<b>COLLECTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Définition de l'échantillonnage</li> <li>• Scénarisation et organisation d'un atelier participatif</li> <li>• Rédaction d'un compte-rendu</li> </ul> <p>OUTILS : résultats d'analyse de la deuxième phase et Word</p>
<b>ANALYSE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etude qualitative</li> </ul> <p>OUTILS : compte-rendu et Word</p>

Figure 4 : Plan méthodologique mis en place

## **2 Analyse exploratoire pour appréhender les enjeux de la filière Cuir**

Un travail de recherche bibliographique a d'abord été réalisé afin de comprendre le fonctionnement de la filière et de saisir ses principaux enjeux. Deux types de ressources bibliographiques ont été exploitées : les archives internes de la Chambre de Commerce et de l'Industrie et les ressources bibliographiques externes.

Pour caractériser les acteurs aux échelles nationale et internationale, des ressources webographiques ont été mobilisées, via les moteurs de recherche Google, Google Scholar, Euro presse, et Scholar Vox à l'aide des mots clés : « cuir », « enjeux », « marché », « filière », « acteur » et « histoire ». Cela a conduit à la consultation d'articles de presse spécialisée (CTC entreprises et Leather Fashion Design) ou non (Les Echos, La Dépêche, ...) et des sites web officiels des acteurs impliqués dans la filière Cuir, que ce soient des entreprises privées ou des institutions publiques.

Pour approfondir la compréhension des acteurs nationaux en particulier, nous avons effectué une recherche ciblée en utilisant des mots clés du type : « Nom de l'acteur », « site », « adhérents » et « membres » sur Google et Google Maps. Les sites internet officiels des acteurs institutionnels structurant de la filière comme le Conseil National du Cuir, la Fédération Française de la Tannerie Mégisserie ont pu être consultés.

La compréhension de la filière et de ses principaux acteurs à l'échelle locale a été réalisée à partir des archives internes de la CCI. Une diversité de documents a pu être exploitée : un livre sur l'activité historique du Cuir à Millau ; des articles de presse de différents périodiques, comme le journal de Millau ou Le Progrès sur la démarche Pôle Cuir et Peaux Aveyron, de journaux du CTC entreprises ; des mails relatant des échanges lors de la construction du Pôle Cuir. Cette multitude de documents archivés a permis d'appréhender le contexte local de la création du Pôle Cuir dans le département aveyronnais et l'historique des acteurs du Cuir membres du Projet. Aussi, ces documents ont été un appui pour identifier des acteurs institutionnels structurant de la filière Cuir sur un périmètre départemental mais aussi, dans une certaine mesure, régional.

Les informations recueillies via ce travail bibliographique ont fait l'objet de synthèses sur Word pour les informations textuelles de tous types. Nous avons utilisé Publisher pour les schématisations des maillons de la filière Cuir et des interactions entre les acteurs, et Google Maps pour la cartographie précise des acteurs.

En complément des recherches bibliographiques, 7 personnes ressources ont pu apporter des clés de compréhension de la filière Cuir soit de manière générale, comme Frank Boehly, président du CNC ; soit sur des sujets spécifiques tels que la traçabilité avec Paul d'Arras, chef de projets innovation au CTC. La participation aux AG du Pôle Cuirs et Peaux Aveyron et de l'association Sauvegarde du patrimoine culturel immatériel (PCI) en Pays de Millau ont permis d'appréhender la dynamique du département aveyronnais autour de la filière Cuir et de sa trajectoire future.

### **3 Caractérisation des acteurs clés de la filière Cuir régionale**

#### **3.1 Réalisation d'une enquête qualitative auprès d'une diversité d'acteurs de la filière**

##### **3.1.1 Objectifs et choix des acteurs enquêtés**

L'objectif de cette étape était, dans un premier temps, de caractériser les principaux acteurs locaux de la filière Cuir et de comprendre leur organisation. Dans un second temps, il s'agissait de saisir leur perception de la filière et de ses enjeux au niveau régional.

Pour atteindre ces objectifs, des entretiens semi-directifs ont été réalisés auprès d'un échantillon de 32 acteurs sur une période de 2 mois et demi. Ce type d'entretiens permet à la personne enquêtée d'aborder les thématiques en lien avec la problématique qui lui semblent essentielles. La personne enquêtrice peut ensuite orienter l'entretien en fonction des principales thématiques pré-identifiées dans le guide d'entretien. L'autre avantage de ce type d'entretiens est que les questions sont ouvertes. Par conséquent, elles n'orientent pas les réponses des enquêtés (Combessie, 2007).

En raison du temps imparti dans le cadre du stage et du souci de réaliser une analyse la plus fine possible du fonctionnement des acteurs locaux, le choix a été fait de se focaliser sur le département de l'Aveyron, dans lequel se trouve le Pôle Cuir. Ce département possède le second cluster du Cuir le plus important de la Région Occitanie derrière le Tarn. L'analyse de la filière a débuté par la rencontre des acteurs de l'Aval et ce pour deux raisons : i) leur nombre important et, ii) leur rôle moteur dans cette initiative de redynamisation de la filière Cuir.

La constitution de l'échantillon des acteurs à enquêter a débuté par la rencontre des membres actifs du Pôle Cuir (présidente et autres membres du bureau). Les autres acteurs ont été ensuite choisis au fur et à mesure suivant la démarche « boule de neige ». Cette dernière consiste à demander aux personnes enquêtées d'autres contacts de personnes ressources susceptibles de participer à cette enquête étant donné leur implication dans la filière Cuir. La diversité des personnes enquêtées a été assurée de manière à avoir différents profils socio-professionnels (chef d'entreprise, ouvrier, agriculteur, responsable d'institution publique, ...), différents maillons de la filière (de l'aval à l'amont), et une certaine diversité géographique au sein de la région Occitanie (entreprises aval et amont aveyronnaises, gersoises, toulousaines et un champ d'action à minima régional des institutions).

Cette démarche s'inscrit dans la logique d'un échantillonnage raisonné (Corbières et Larivière, 2020).

Ainsi, cette itération a permis d'avoir 3 types d'acteurs comme le présente la Figure 5. Le nombre de personnes interrogées a pu progressivement augmenter et une partie de leurs liens sociaux a pu être identifiée (Statistique Canada, 2003 ; Wilhelm, 2014).



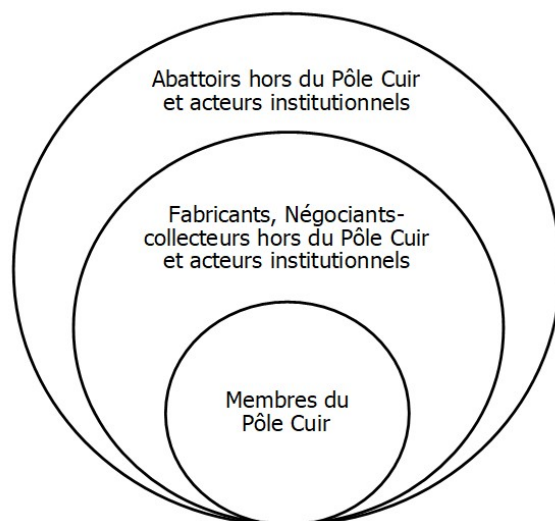


Figure 5 : Méthode d'échantillonnage "Boule de neige" appliquée au Pôle Cuir Aveyronnais

### 3.1.2 Elaboration des guides d'entretien semi-directifs

Trois guides d'entretien ont été construits pour l'étude qualitative. Chaque guide d'entretien a été réalisé pour un type d'acteurs clé :

- i) les acteurs de l'Aval que sont les tanneurs, les mégissiers, premiers transformateurs, et les fabricants, appelés seconds transformateurs ;
- ii) les acteurs institutionnels représentés par : un ancien président de l'association Pérail, un collaborateur en innovation et un ancien collaborateur conseiller en RSE aux entreprises du Cuir du Centre Technique du Cuir ; deux membres du Conseil général de l'alimentation, de l'agriculture et des espaces ruraux (CGAAER) dont le président du Comité national d'éthique des abattoirs (CNEAb) ; une chargée de mission référente filières Textile, Laine, Cuir à la région Occitanie ; le président de la Fédération Française de la Tannerie et Mégisserie et le vice-président de COTANCE ;
- iii) les acteurs de l'Amont que sont les chevillards, les abattoirs et les négociants-collecteurs. La caractéristique de la filière Cuir Amont est que le Cuir est encore de la peau soit un sous-produit à valoriser. Les négociants sont considérés comme de l'amont même s'ils font transiter également du cuir brut.

Chaque entretien est structuré en 3 parties :

- identification du profil de la personne enquêtée afin d'appréhender son activité, son implication éventuelle dans un collectif ou une organisation professionnelle, et au sein de la filière ;
- compréhension de sa perception de la filière Cuir à deux niveaux : national et régional ;
- compréhension du fonctionnement de l'organisme dans lequel la personne enquêtée évolue pour identifier la structuration de l'activité autour du Cuir.

Ces trois parties sont adaptées aux acteurs rencontrés. Par exemple, les questions sur la gestion des flux de peaux (dans l'abattoir et à sa sortie) et l'achat des bêtes seront abordées exclusivement avec les acteurs de l'Amont de la filière tandis que, pour les acteurs aval, il s'agira de comprendre la structure de leur approvisionnement en cuirs bruts et/ou finis. Pour les acteurs institutionnels, l'ensemble des questions est remanié pour comprendre

l'essentiel de leur démarche et de leur fonctionnement (Tableau 1, Annexe 2, Annexe 3 et Annexe 4).

Tableau 1 : Structuration des guides d'entretiens semi-directifs par typologie d'acteurs

Selon les types d'acteur enquêtés, certains sujets ont été abordés de façon plus ou moins approfondie. Ainsi, le signe « + » signifie que la rubrique est peu approfondie lors des entretiens, le signe « ++ » indique que la rubrique est moyennement approfondie et le signe « +++ » signifie que la rubrique est approfondie lors des entretiens. Les cases noires signalent les rubriques qui ne sont pas abordées lors des entretiens.

Partie	Sous-partie	Acteurs de l'Amont	Acteurs de l'Aval	Acteurs Institutionnels
1/ Profil de l'enquêté		+	+	+
2/ Perception de la filière Cuir	Nationale	++	++	+++
	Régionale	+++	+++	++
3/ Déroulement de l'activité	Identité de l'organisme	+	+	+++
	Stratégie de l'organisme	+	++	+
	Valorisation des produits et services		+++	
	Organisation interne	++	+	
	Relations avec les autres acteurs	+++	+++	+++
	Connaissances Filière Cuir et Pôle Cuir	++	+	
	Gestion des peaux	+++		

### 3.1.3 Réalisation des entretiens et retranscription

Les entretiens qualitatifs ont pu être réalisés auprès de 32 acteurs se répartissant comme suit (Figure 6 et Annexe 5) :

- 21 acteurs de l'Aval dont 3 mégisseries, 2 tanneries et 16 fabricants ;
- 8 acteurs, énumérés précédemment, sont considérés comme institutionnels car ils ont un emploi ou un rôle au sein de la gouvernance des institutions enquêtées. Parmi les 8 acteurs institutionnels, 2 ont été interrogés en tant que tanneur ou mégissier, le président de la FFTM et le vice-président de COTANCE. Pour la suite de l'analyse, ces derniers ont été considérés comme acteurs de l'Aval et non plus comme institutionnels ;
- 5 acteurs sont de l'Amont dont 1 négociant-collecteur tarnais et 4 abattoirs régionaux.

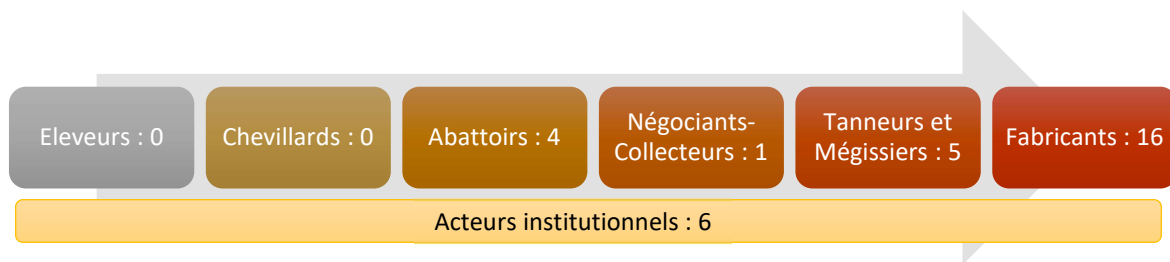


Figure 6 : Répartition des entretiens sur la chaîne des acteurs de la filière Cuir occitane  
Les entretiens étaient d'une durée moyenne d'une heure.

Pour assurer une meilleure exploitation des entretiens, ceux-ci ont été enregistrés par une application mobile de dictaphone avec l'autorisation des enquêtés. Des retranscriptions ont été réalisées ensuite en deux étapes. La première consistait en une synthèse de l'entretien réalisée sur Word et annotée parfois des ressentis de l'enquêté. Ensuite, une seconde retranscription a été réalisée à l'aide de Microsoft Excel pour répertorier les idées exprimées par l'enquêté sur chaque thème abordé (Annexe 6).

Au final, 5 entretiens ont été retirés de l'échantillon car ils étaient incomplets. L'analyse des données a donc porté sur 27 entretiens au total.

### 3.2 Analyse thématique des entretiens semi-directifs

Pour comprendre la perception des acteurs du Cuir de la filière régionale et de son développement, le but était d'identifier les enjeux et les freins qui, selon eux, exerceraient une influence sur sa redynamisation. Pour ce faire, une analyse thématique a été réalisée. L'analyse thématique est une méthode d'analyse de données qualitatives qui permet de traduire les données textuelles recueillies en thèmes pour répondre à une question générale qui est ici : « quels sont les enjeux et les freins à la redynamisation de la filière Cuir régionale ? » (Andreani et Conchon, 2005 ; Degeorge, 2015 ; Paillé et Mucchielli, 2012).

Cette méthode d'analyse a été mise en pratique à partir des retranscriptions sous Excel des réponses aux différentes questions des 27 personnes enquêtées. Les mots exprimés en réponse à la question : « A quels termes vous renvoie la filière Cuir en trois mots ? » ont été regroupés par champs lexicaux. Puis, les idées concernant les enjeux, les freins, les leviers et les pistes d'action ont été listées et regroupées dans un tableau, dont la structure est présentée dans le Tableau 2, selon les catégories suivantes : enjeux et menaces, freins, leviers et atouts et pistes d'action aux niveaux national et/ou régional.

Tableau 2 : Matrice d'analyse qualitative des entretiens semi-directifs réalisés

	Enjeux / Menaces	Freins	Leviers / Atouts	Pistes d'action
NATIONAL				
REGIONAL				

Les idées exprimées par les acteurs enquêtés ont ensuite été regroupées via les champs lexicaux employés.

Une seconde analyse a été menée pour identifier s'il existe une corrélation entre le profil des acteurs enquêtés et leur perception de la filière Cuir régionale et de son développement. Pour ce faire, une typologie de ces acteurs a été réalisée à partir de 2 critères. Le premier repose sur leur positionnement au sein de la filière Cuir et donne ainsi lieu à trois grandes catégories : les acteurs de l'aval, les acteurs institutionnels et les acteurs de l'amont. Le deuxième critère a été réfléchi au sein de chacune de ces catégories, en essayant d'identifier un facteur différenciant entre les acteurs en fonction de leur perception et de leur vision stratégique de la filière Cuir.

Pour les acteurs de l'aval, le rapport qu'ils entretiennent avec l'industrie du luxe a semblé être un facteur différenciant. Pour les acteurs institutionnels, c'est leur rapport direct ou non avec les acteurs Aval ou Amont qui était différenciant. Enfin, pour les acteurs de l'amont, c'est le degré d'intégration d'une unité de négoce et de collecte en peaux qui apparaît être un facteur différenciant.

Cette analyse de la perception de la filière a été complétée par la note moyenne pour chacun des types d'acteurs de la typologie qualifiant le niveau de dynamisme estimé de la filière Cuir actuelle et future et par les commentaires associés.

## **4 Identification des perspectives de développement de la filière Cuir régionale**

### **4.1 Objectifs**

Sur la base des résultats obtenus lors des enquêtes individuelles, un atelier participatif a été organisé et visait plusieurs objectifs. Le premier était de restituer les premiers résultats issus des enquêtes individuelles dans la perspective de les discuter et, éventuellement, de les amender. Le deuxième objectif était de discuter collectivement des freins et des leviers de développement de la filière Cuir, d'établir des priorités en matière d'enjeux et de réfléchir aux premières pistes d'action. Le troisième objectif, que l'on peut considérer comme indirect, visait à relancer la dynamique de réflexion collective au sein de la filière. En effet, des réunions de réflexion animées par un acteur externe à la filière peuvent insuffler une dynamique différente de celle présente lors de réunions internes. Cette méthode s'inscrit dans la logique des démarches participatives qui restent une voie intéressante pour une plus grande implication des différents groupes d'acteurs dans la mise en œuvre d'un processus de changement, ou de réflexions stratégiques, en particulier dans la perspective du développement durable (Daquino, 2007).

### **4.2 Invitation à participer**

Les individus invités ont été ceux ayant participé aux entretiens semi-directifs. Cet échantillon a aussi été élargi à des acteurs n'ayant pas pu être interrogés durant cette période pour faire participer les différents maillons de la filière Cuir régionale, tout particulièrement des agriculteurs engagés sur la qualité des peaux dans des institutions (comme Unicolor, Arterris, RAGT, etc.) et des abattoirs régionaux. L'invitation a été envoyée par mail avec une affiche jointe à 53 personnes (Figure 7, Annexe 7 et Annexe 8).

Nous avons dû envoyer des mails supplémentaires et réaliser des appels téléphoniques pour i) préciser le contexte de l'atelier participatif et son déroulement, ii) relancer les invités pour qu'ils confirment ou infirment leur présence, iii) et les convaincre de l'intérêt de leur participation.



Figure 7 : Invitation envoyée par mail pour l'atelier participatif

### 4.3 Déroulement de l'atelier participatif

L'atelier a été organisé en deux temps : un temps dédié à la présentation des résultats intermédiaires issues des enquêtes individuelles, un temps d'échanges consacré aux travaux par groupes de participants.

#### 4.3.1 Présentation des premiers résultats de l'enquête qualitative

La synthèse des résultats obtenus grâce aux entretiens semi-directifs avait pour finalité de recontextualiser le projet de recherche Filières Agricoles à forte Valeur Ajoutée et de montrer aux participants l'aboutissement de leur implication. Plus concrètement, les thématiques fortes qui sont ressorties durant leurs entretiens ont été exposées pour qu'ils puissent y réfléchir collectivement. La présentation a duré 20 minutes et a été suivie de 15 minutes de temps d'échanges pour que les participants puissent partager leur point de vue sur l'étude et éclaircir certains points s'ils le souhaitaient (Figure 8).



Figure 8 : Présentation des premiers résultats de l'enquête qualitative

#### 4.3.2 Priorisation des enjeux par un vote à main levée

Sur les 7 thématiques identifiées, les participants devaient établir qu'elles étaient celles à traiter en priorité. Pour ce faire, les thématiques étaient affichées sur une diapositive à l'écran (Figure 9) et les participants pouvaient échanger à leur sujet librement. Les thématiques étaient ensuite énoncées une à une et les personnes votaient à main levée.



Figure 9 : Diapositive affichée à l'écran lors du vote à main levée

### 4.3.3 Répartition des participants en 4 groupes

Pour établir les groupes de travail, deux méthodes étaient envisagées : soit une répartition spontanée des participants selon les thématiques proposées, soit une répartition établie en amont avec une diversité des types d'acteurs dans chaque groupe (avec au moins un acteur de l'Amont et un acteur institutionnel par groupe).

Le choix s'est porté sur la première option. Cette méthode a permis de s'adapter aux imprévus des participants (absences de dernière minute) et de les faire participer aux thématiques qui attiraient le plus leur attention. Au préalable, il était seulement demandé aux participants d'essayer de faire des groupes avec des personnes qu'ils ne connaissaient pas pour faire en sorte qu'il y ait une diversité d'acteurs au sein des groupes.

Au final, 4 groupes de 3 personnes ont été constitués pour travailler chacun sur une thématique différente. Aussi, une personne par groupe avait la responsabilité de faire la restitution de ses réflexions à l'ensemble des participants de l'atelier.

### 4.3.4 Réflexions et restitutions par groupes

Un temps de travail par groupe de 25 minutes a été donné. L'objectif donné aux groupes était de structurer leur réflexion en répondant à trois questions : i) préciser l'enjeu, ii) identifier des freins à sa réalisation, iii) et définir des actions concrètes à mener en conséquence. Pour réaliser ce travail, les groupes étaient munis de la diapositive résumant leur thématique (Figure 10), de deux marqueurs et d'un poster et accompagnés par deux Enseignants-Chercheurs de PURPAN, l'animatrice actuelle du pôle Cuir, Corinne Mercier et moi-même.

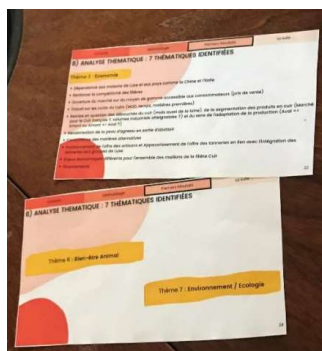


Figure 10 : Diapositives imprimées pour appuyer les réflexions en groupes

Une fois le temps écoulé, le représentant de chacun des groupes de travail était appelé pour présenter sa réflexion sur la thématique choisie à l'aide du poster comme support de



présentation (Figure 11). Tous les participant étaient invités à réagir aux présentations réalisées.



Figure 11 : Restitution des réflexions de groupes

#### 4.3.5 Clôture de l'atelier

Pour clôturer l'atelier participatif, les axes de développement à approfondir lors de prochains ateliers participatifs ont été définis et exprimés à l'ensemble des participants (Figure 12).



Figure 12 : Clôture de l'atelier participatif

Une fiche d'évaluation anonyme leur a également été distribuée pour qu'ils puissent faire part des points positifs et négatifs concernant le déroulement et l'utilité de l'atelier. La dernière question portait sur leur participation éventuelle à un deuxième atelier participatif.

#### 4.4 Analyse de l'atelier participatif

Pour analyser les résultats de l'atelier participatif, des notes ont été prises au cours de l'atelier et les posters réalisés par les groupes de travail ont été récupérés afin de valoriser les échanges entre les différents acteurs. Ces deux types de résultats ont fait l'objet d'un compte-rendu détaillé. Ce document une fois rédigé a été diffusé aux participants pour être complété et validé.

C'est à partir des résultats de l'atelier participatif que des propositions ont pu être élaborées pour répondre à la problématique des professionnels du Cuir occitans.

## **PARTIE 3 : Résultats**



# 1 Les acteurs du Cuir régionaux : une polarisation entre Tarn et Aveyron

Au total, 165 acteurs composant la filière Cuir régionale ont été répertoriés, suite à l'analyse bibliographique et aux entretiens auprès de personnes ressources : 31 abattoirs, 5 collecteurs-trieurs, 12 négociants-courtiers, 7 tanneries, 13 mégisseries, 58 manufactures (dont 5 ganteries, 7 fabriques de chaussures, 36 maroquineries, 7 selleries et 3 autres) et 39 lieux de formation. Chacun de ces types d'acteurs a une répartition sur le territoire régional qui lui est propre. L'analyse plus fine de ces acteurs, en matière notamment de localisation géographique, a fait ressortir plusieurs pôles de spécialisation sous régionale. Nous avons fait ressortir quatre catégories de pôles organisés selon les métiers.

## 1.1 Deux pôles d'élevage et d'abattage

La Figure 13 permet de visualiser la concentration des abattoirs et les départements d'élevage sur deux sous-régions en Occitanie.

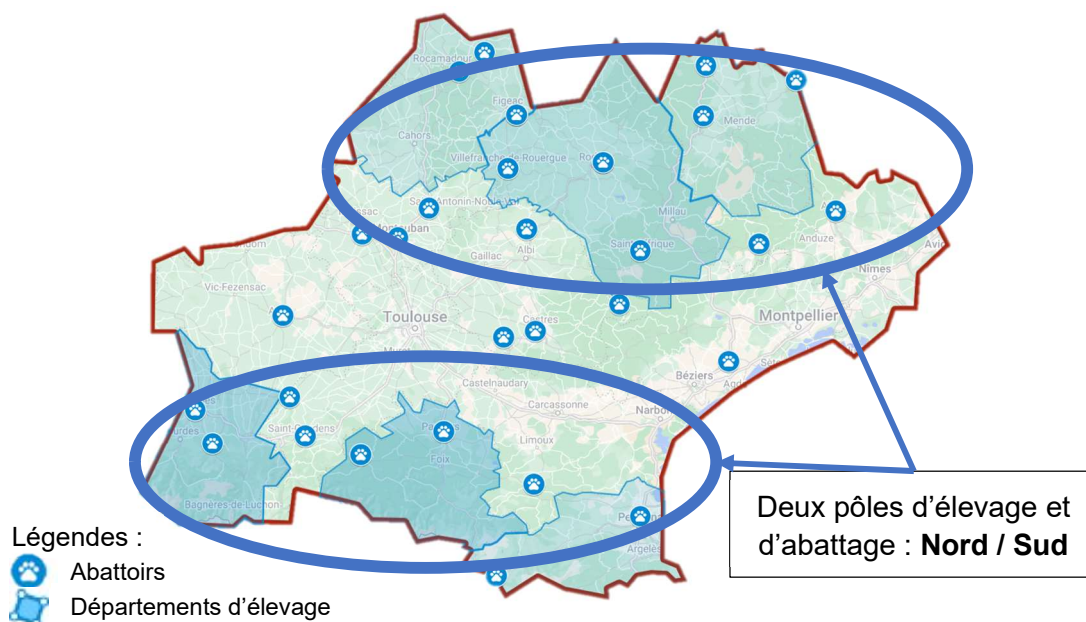


Figure 13 : Cartographie des abattoirs régionaux

Sources : (DRAAF Occitanie, 2020a ; LMCD International, 2019)

Chaque département possède au moins un abattoir. Les départements, tels que l'Aveyron, où les exploitations agricoles sont à dominante élevage en possèdent plus d'un. En fonction de l'importance des activités d'élevages, deux pôles d'abattage apparaissent : un au Nord de la région et un au Sud. Ces localisations correspondent à des territoires aux reliefs montagneux où les conditions géomorphologique et climatiques correspondent le mieux aux activités de l'élevage (les Pyrénées et le Massif Central). Les abattoirs identifiés se différencient en deux principaux types. Premièrement, nous retrouvons 18 abattoirs de petites tailles ou des « petits intermédiaires » avec des productions annuelles comprises entre 0 et 5 000 tonnes équivalent carcasse (TEC). Deuxièmement, nous retrouvons 13 abattoirs d'une plus grande taille, allant d'un type intermédiaire (7 abattoirs) au format industriel (6 abattoirs) avec une capacité de 5 000 à plus de 10 000 TEC. La quasi-totalité des abattoirs pratiquent l'abattage multi-espèces excepté 3 abattoirs qui sont spécialisés soit dans l'abattage des veaux, soit dans l'abattage porcin, soit dans l'abattage ovin (DRAAF Occitanie, 2020a ; LMCD International, 2019 ; Interbev Occitanie, 2022).

## 1.2 Deux pôles de production du Cuir

La Figure 14 ci-après montre la répartition des négociants-collecteurs et des tanneurs-mégisseries sur le territoire occitan.

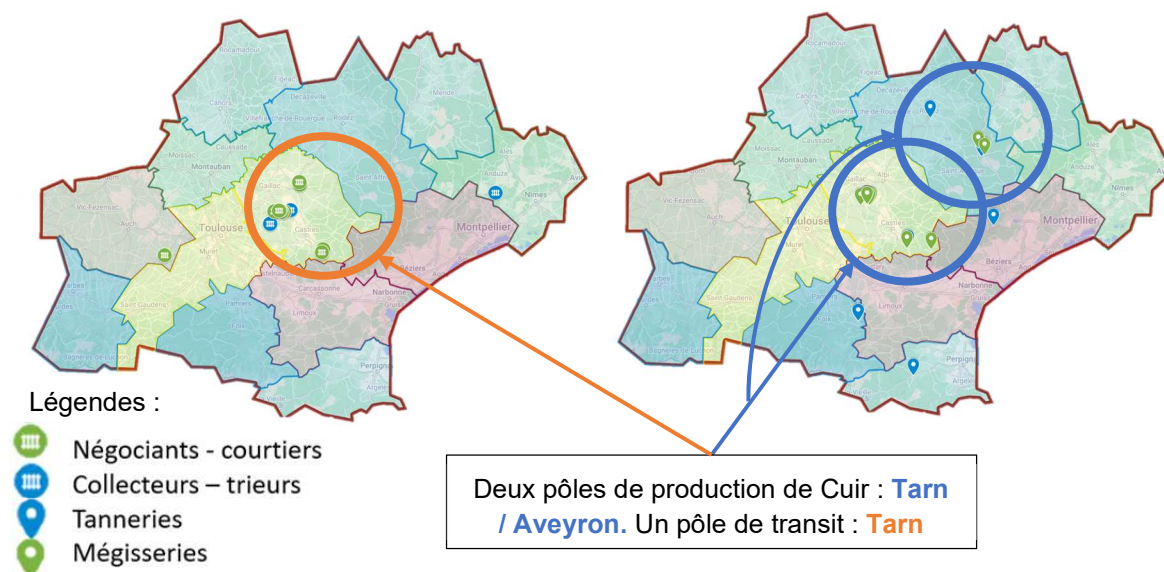


Figure 14 : Cartographie des négociants - collecteurs de peaux, des tanneries et des mégisseries de la région Occitanie

Sources : (Fédération Française de la Tannerie Mégisserie, 2022b ; Fédération Française des Cuirs et Peaux, 2022)

Les négociants et collecteurs de peaux sont, dans leur grande majorité (15 sur 17), localisés dans le Tarn. Les tanneries, quant à elles, sont réparties entre le Tarn (4 tanneries dont 3 à Graulhet et 1 à Mazamet) et l'Aveyron (2 tanneries dont 1 à Rodez et 1 à Millau) (Fédération Française de la Tannerie Mégisserie, 2022b ; Fédération Française des Cuirs et Peaux, 2022).

La concentration des mégisseries dans ces deux départements est également notable. En effet, sur les 13 mégisseries cartographiées, 10 sont implantées dans le Tarn : 8 à Graulhet et ses alentours et 2 dans un périmètre de 20 km autour de Mazamet. Les 3 mégisseries restantes sont basées à Millau dans l'Aveyron. Le Tarn et l'Aveyron constituent ainsi les pôles de fabrication du Cuir en Occitanie (Fédération Française de la Tannerie Mégisserie, 2022b).

## 1.3 Deux pôles de manufactures

La Figure 15 présente la répartition des manufactures en Occitanie et leur concentration dans deux départements principalement : le Tarn et l'Aveyron.

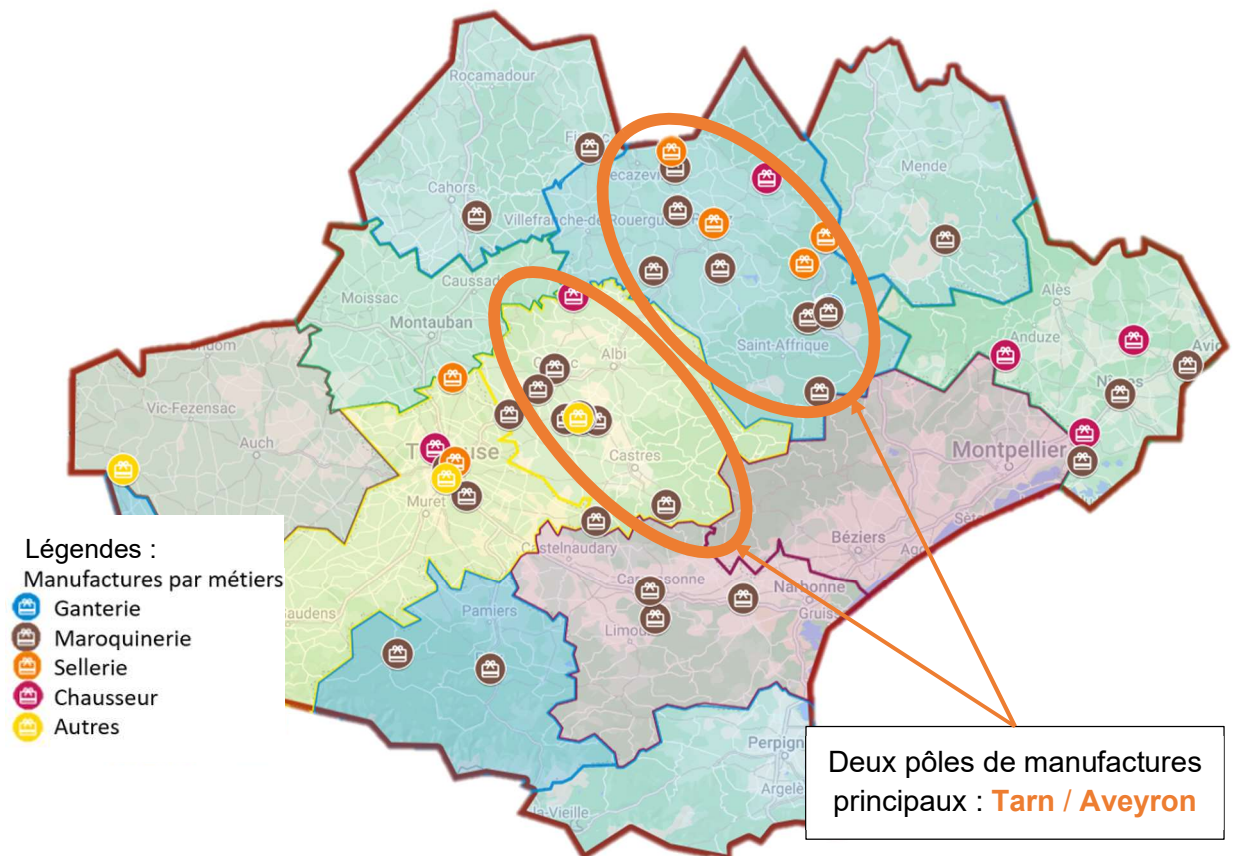


Figure 15 : Cartographie des manufactures de la région Occitanie

Sources : (Chambre de Métiers et de l'Artisanat, 2022 ; Graulhet Le Cuir, 2022 ; La Dépêche, 2019 ; LMCD International, 2019)

La répartition des seconds transformateurs de Cuir s'étend sur 4 départements qui, à eux seuls, totalisent 45 manufactures sur les 58 présentes en Occitanie soit 78% (Figure 15). Ces départements sont l'Aveyron avec 33% des manufactures occitanes (soit 19 entreprises) qui y sont établies, le Tarn avec 29%, le Gard avec 10% et la Haute-Garonne avec 9% (Graulhet Le Cuir, 2022 ; Chambre de Métiers et de l'Artisanat, 2022 ; LMCD International, 2019 ; La Dépêche, 2019).

En revanche, les secteurs d'activité de ces manufactures diffèrent selon les départements. L'Aveyron est spécialisé en ganterie puisqu'il regroupe l'ensemble des ganteries occitanes identifiées (5 entreprises). En plus, du monopole de la ganterie occitane, ce département accueille d'autres secteurs d'activités tels que la maroquinerie, la sellerie et la chaussure avec, respectivement, 7, 4 et 2 entreprises.

Le Tarn, quant à lui, est spécialisé dans le secteur de la maroquinerie. En effet, il totalise 15 des 17 manufactures du secteur de la maroquinerie occitane.

Le Gard et la Haute-Garonne n'ont pas de spécialisation spécifique dans les métiers du travail du Cuir. Le Gard accueille 6 entreprises réparties équitablement entre la maroquinerie et la fabrication de chaussures. En Haute-Garonne, les entreprises présentes sont peu nombreuses et très hétérogènes en termes de secteurs d'activités (la maroquinerie, la sellerie, la chaussure et le recyclage des chutes de Cuir).



## 1.4 Deux pôles de formation

La répartition des lieux de formation présents en Occitanie est présentée en Figure 16.

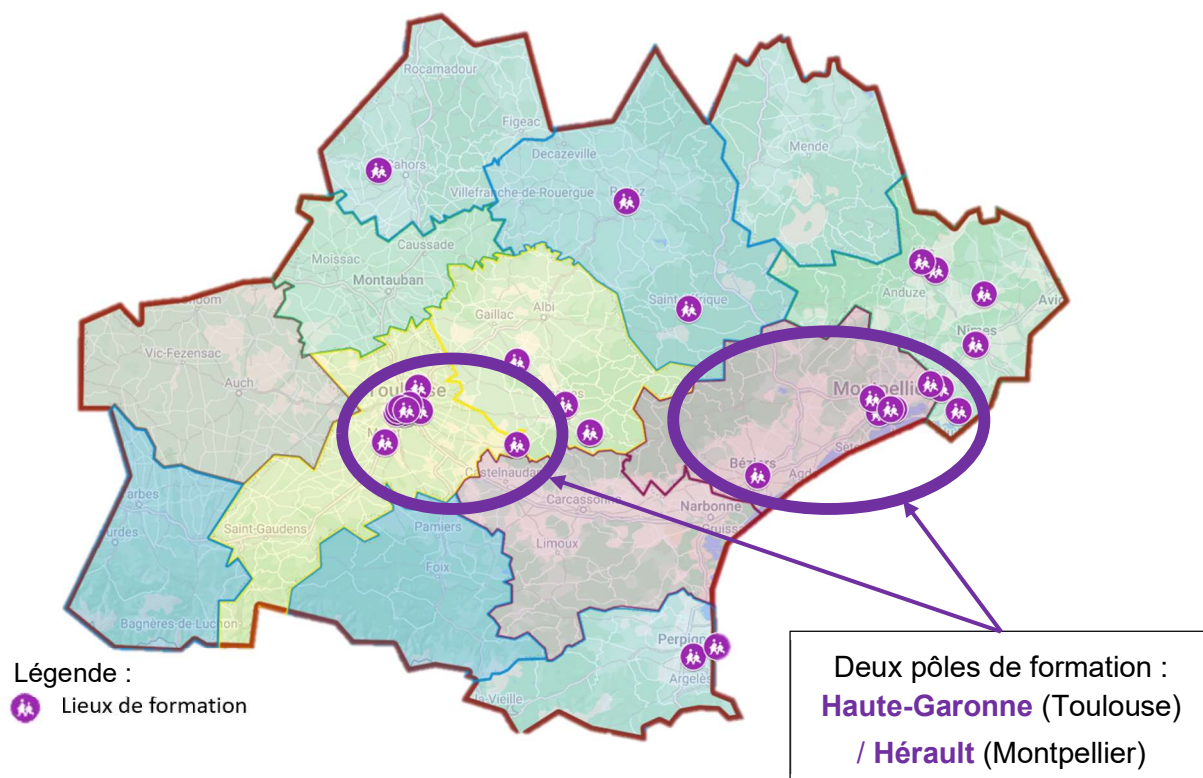


Figure 16 : Cartographie des lieux de formation de la région Occitanie

Sources : (Conseil National du Cuir, 2022a ; Pôle Emploi, 2022)

Elle montre une répartition sur le territoire selon deux pôles de formation localisés dans deux villes : Toulouse, réunissant 10 lieux de formation sur les 14 présents en Haute-Garonne, et Montpellier avec 4 centres de formation sur les 7 répertoriés dans l'Hérault. Ces deux pôles, à eux seuls, regroupent 54% des lieux de formation (soient 21 lieux de formation sur les 39 totalisés). Ces centres de formation sont dans l'essentiel (32/39) des établissements publics qui assurent des formations dans les métiers du Cuir. Les 7 autres lieux de formation sont constitués d'entreprises qui dispensent des formations de leur propre chef ou en partenariat avec des institutions publiques (Pôle Emploi, 2022 ; Conseil National du Cuir, 2022a).

Ainsi, les pôles de production de Cuir, le Tarn et l'Aveyron, apparaissent peu pourvus de lieux de formation au regard des nombreuses entreprises de production et de transformation du Cuir qui y sont localisées. Par exemple, la Haute-Garonne dispose de 14 lieux de formation pour un total de 5 manufactures de cuir et aucune tannerie ou mégisserie. En comparaison, le Tarn dispose de 5 lieux de formation pour 17 manufactures et 14 entreprises productrices de Cuir et l'Aveyron de 2 lieux pour 24 entreprises (manufactures et tanneries-mégisseries confondues).

Au travers de cette cartographie des acteurs de la filière Cuir occitane, les différentes polarités géographiques de chacun de ses maillons ont pu être mises en exergue. Les départements du Tarn et de l'Aveyron apparaissent clairement comme les deux principaux pôles de la filière, centralisant bon nombre de ses acteurs. Le département du Tarn constitue un territoire de transit des peaux, où elles sont transformées en Cuir puis

manufacturées. Le département de l'Aveyron est, quant à lui, un territoire d'élevage et donc de gisements de peaux, où elles sont également transformées en Cuir puis manufacturées.

## 2 Les principaux acteurs de la filière Cuir dans le département de l'Aveyron et leur structuration

Les enquêtes auprès des acteurs de la filière Cuir locale ont permis de comprendre leur structuration, avec l'identification des principaux maillons à savoir : l'élevage, l'abattage, le négoce, la collecte et le tannage mais également les flux des produits (Figure 17).

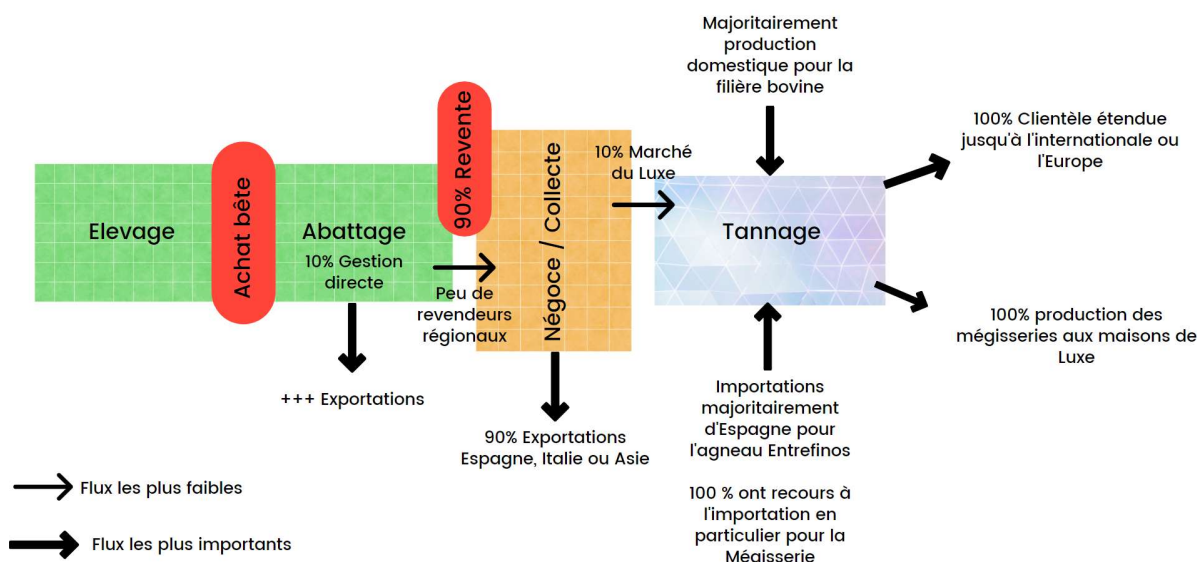


Figure 17 : Schéma filière reconstituée grâce aux enquêtés

La Figure 17 indique les flux des produits (les peaux) allant de l'élevage jusqu'à leurs lieux de transformation. Nous avons distingué deux principaux flux : les plus importants en volume et les plus faibles.

Suivant ces flux, nous trouvons en tout début de chaîne la matière première de la filière qui provient de l'élevage ovin, bovin, porcine ou caprine. La filière « veaux de boucherie » apparaît être la filière française la plus intégrée à la filière Cuir (avec une rémunération et un contrôle direct de la qualité des peaux par les maisons de Luxe) et la plus reconnue pour la qualité de ses peaux. La filière ovine souffre du manque de valorisation de la peau Lacaune en raison de sa mauvaise qualité, au regard des critères établis par les transformateurs. Les abattoirs cherchent de nouveaux débouchés pour trouver une peau de meilleure qualité. Ils visent également à améliorer leurs outils de dépeçage (technique qui permet de séparer la peau de la carcasse) afin de valoriser la peau locale de Lacaune.

Les animaux sont conduits en abattoir et découpés en quatre quartiers. Ces quartiers constituent la carcasse de l'animal. Le cinquième quartier est constitué des abats et autres éléments corporels qui ne font pas partie de la carcasse. La peau appartient à ce cinquième quartier. La gestion des animaux se fait de deux façons selon le propriétaire des peaux. La première consiste en la réalisation par l'abattoir d'une prestation de services en prenant en charge les peaux pour des opérations de salage, pliage et stockage, puis la restitution de ces peaux aux chevillards (propriétaire des animaux) ou directement à leurs clients.

La deuxième consiste à faire également des opérations de salage, pliage et stockage des peaux mais, cette fois-ci, avec une prise en charge de leur vente par l'abattoir.

Dans notre échantillon, 90% des peaux sont gérées par les chevillards et 10 % en totalité par les abattoirs. Les peaux gérées par les abattoirs sont principalement destinées à l'export, car les revendeurs régionaux sont peu nombreux.

Une fois séparée de la carcasse, la peau peut être revendue à des négociants-collecteurs dont une minorité sont locaux. La peau est alors vendue vers une diversité de destinations. Les négociants-collecteurs sont des acteurs charnières entre la filière de la viande et la filière du Cuir.

Selon l'expérience du négociant-collecteur rencontré, seulement 10 % des peaux produites en abattoirs seraient en adéquation avec les cahiers des charges de la filière Luxe. Les 90% de peaux restantes sont exportées vers l'Espagne, l'Italie ou l'Asie.

A ce stade, les filières ovine et bovine se distinguent l'une de l'autre. Les tanneries utilisant du cuir de bovins font majoritairement appel à une production de peaux domestique. A contrario, celles travaillant du cuir d'ovins importent la majorité des peaux d'agneaux d'Espagne en raison de la qualité des peaux de la race Entrefinos espagnole. La filière Cuir aveyronnaise a donc recours à de l'importation, plus particulièrement pour les peaux d'ovins.

La peau arrive ensuite en tannerie ou en mégisserie pour y subir plusieurs opérations permettant d'assurer la première transformation du Cuir. Il s'agit principalement du travail de rivière, la plus consommatrice en eau. Cette étape permet de transformer la peau en tripe pour qu'elle puisse subir l'ensemble des étapes de tannage suivantes. Elle s'effectue en Europe en particulier en Italie ou en Espagne, ou bien dans les pays asiatiques.

Les tanneries ou les mégisseries régionales n'assurent pas nécessairement cette étape car les normes environnementales françaises sont très restrictives et les foulons (tonneaux de trempage des peaux) nécessaires doivent être de grande capacité. Elles peuvent être spécialisées uniquement dans le retannage et le finissage des cuirs, développant ainsi un réel savoir-faire, comme l'une des mégisseries rencontrées. Cette dernière sous-traite le travail de rivière à une entreprise espagnole spécialisée dans cette étape. En effet, les mégisseries rencontrées font appel à d'autres mégisseries qui peuvent effectuer un travail de rivière de qualité sur une plus grande quantité de peaux.

Une fois les cuirs « finis » dans les tanneries et mégisseries aveyronnaises, ils deviennent des produits intermédiaires de qualité. La seconde et dernière transformation du cuir est réalisée par les confectionneurs qui transforment le Cuir en produits finis comme des sacs à main, des chaussures, des selles ou autres. Au sein de notre échantillon, les cuirs, issus de la première transformation, se répartissent à minima entre deux types de confectionneurs : les maisons de Luxe et les artisans régionaux.

Toutes les tanneries et les mégisseries rencontrées ont une clientèle internationale et/ou européenne, notamment pour valoriser au mieux la qualité de la production française (respect des normes REACH). En outre, elles sont également toutes en relation avec les maisons de Luxe pour une partie plus ou moins importante de leur production.

La Figure 18 ci-après détaille les fournisseurs auxquels font appel les artisans locaux et montre l'importance des mégisseries et tanneries locales dans leurs approvisionnements.

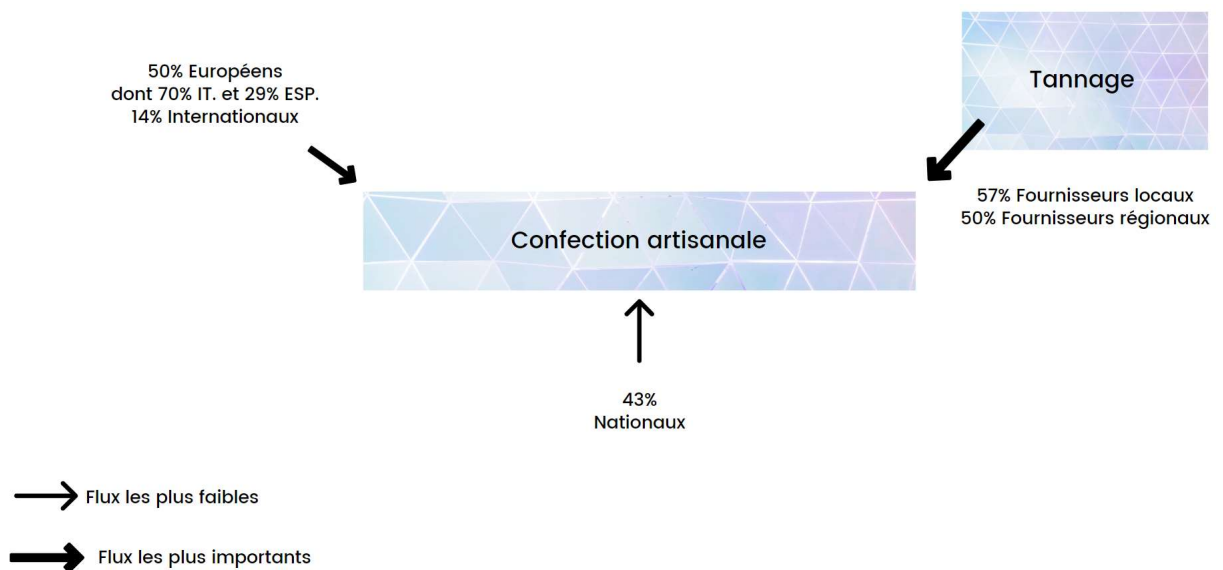


Figure 18 : Schéma du niveau territorial des fournisseurs des artisans rencontrés

La Figure 18 indique que plus de la moitié des confectionneurs locaux (57%) s’approvisionnent en partie auprès de tanneries et de mégisseries locales et 50% auprès de mégisseries et de tanneries régionales (localisées hors Aveyron). Pour des besoins spécifiques (teintes, souplesse, ...), les artisans font aussi appel à des entreprises nationales, européennes voire internationales. Leurs secteurs d’activité sont très diversifiés : i) 5 ganteries, dont une spécialisée dans les gants de travail, ii) 7 maroquinerie, iii) 4 selleries, iv) et 3 fabriques de chaussures, et, par conséquent, leurs attentes en matière de cuirs tout autant.

Ainsi, dans le département de l’Aveyron, il apparaît que la filière Cuir est positionnée sur des produits haut de gamme en faisant coexister des artisans locaux et des maisons de Luxe aux demandes similaires en termes de qualité mais différentes en termes de quantité. La multiplication de ces confectionneurs aux activités très distinctes complexifient les demandes en cuir s’adressant aux mégisseries et aux tanneries locales, les demandes très spécifiques ne pouvant pas être étendues à l’ensemble des artisans locaux. Ainsi, l’approvisionnement des artisans locaux en cuirs n’est pas viable économiquement pour les tanneries et les mégisseries locales. L’un des dirigeants rencontrés parle même d’une « prise en étai » permettant de ne produire que des cuirs aux prix élevés au détriment de ces artisans.

### 3 La perception de la filière Cuir et de son développement par ses acteurs

#### 3.1 Une diversité de profils d’acteurs

Dans le cadre de cette étude, le choix a été fait de caractériser prioritairement les acteurs de l’Aval de la filière Cuir. Ceux-ci composent par conséquent une majorité de l’échantillon. Sur les 27 acteurs enquêtés, 20 sont positionnés en aval de la filière, 3 en amont et 4 représentent des institutions.

La Figure 19 ci-dessous présente la répartition des différents acteurs enquêtés par secteurs d’activité.

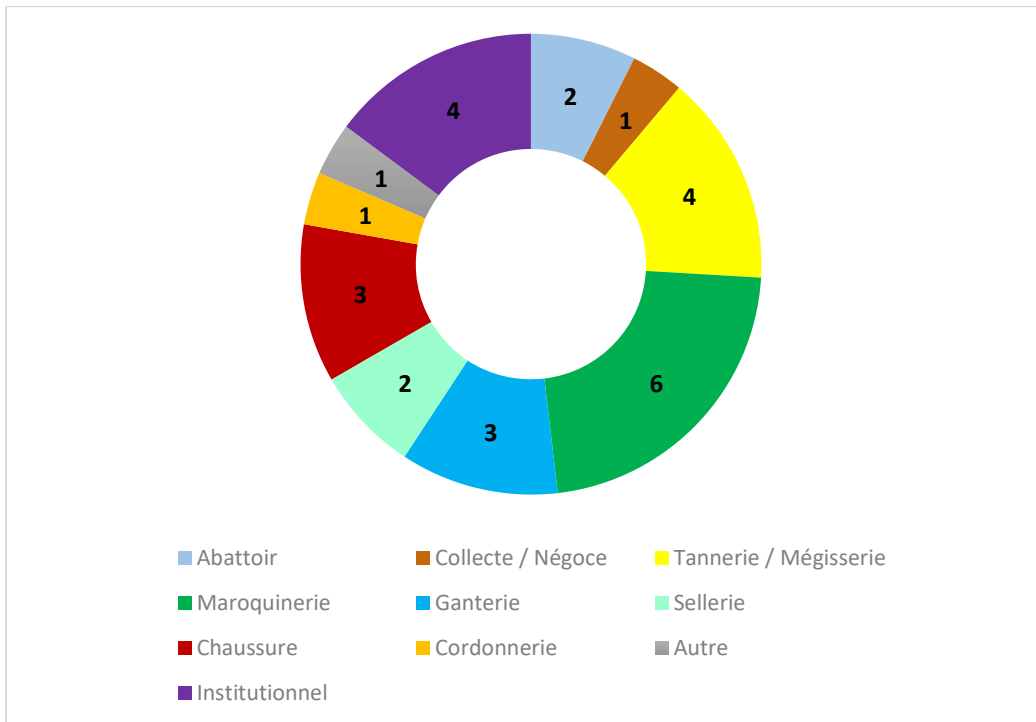


Figure 19 : Répartition des acteurs enquêtés par secteur d'activité

Les 20 entreprises en aval de la filière assurent, pour 4 d'entre elles, la première transformation du Cuir et, pour les 16 autres, la seconde transformation ou le recyclage des chutes de cuir. Les confectionneurs, à partir de cuir finis (seconde et troisième transformations), sont donc majoritaires au sein de l'échantillon. Les 15 confectionneurs interrogés sont répartis en 5 secteurs d'activités : 6 en maroquinerie, 3 dans la chaussure, 3 en ganterie, 2 en sellerie et un en cordonnerie.

Sur ces 20 transformateurs, 4 sont des entreprises récentes ayant moins de 5 ans d'existence et une entreprise entre 5 et 10 ans. Pour le reste, l'ensemble des entreprises ont été créées voici plus de 10 ans. Il en va de même pour la totalité des tanneries et des mégisseries interrogées.

Les 3 acteurs de l'Amont de la filière regroupent 2 abattoirs et une entreprise de négoce et collecte du cuir ayant plus de 10 ans d'existence.

Une typologie des acteurs de la filière Cuir a été réalisée à partir de 2 critères : i) leur positionnement au sein de la filière en tant qu'acteurs « aval », institutionnels ou « amont », et ii) leur vision stratégique de la filière, propre à chacun d'eux, étant donné leur positionnement au sein de celle-ci.

### 3.1.1 Les acteurs de l'aval

Pour les acteurs de l'aval, la relation entretenue avec l'industrie du Luxe semble être un facteur différenciant et structurant quant à leur perception de la filière. Les entretiens individuels font ressortir trois niveaux de relations avec cette industrie : i) les acteurs indépendants, n'entretenant pas de liens directs avec l'industrie du luxe, ii) les acteurs ayant un lien étroit en tant que fournisseur de matières premières ou en tant que sous-traitant d'une partie de la confection des produits, et iii) les acteurs totalement intégrés à la filière luxe.



### Les acteurs indépendants

Au sein de l'échantillon, 13 structures aval sur les 20 acteurs enquêtés font partie des acteurs indépendants vis-à-vis de l'industrie du Luxe. Ainsi, ils n'ont aucun lien de sous-traitance avec les entreprises de la filière Luxe. Sept acteurs sont des entreprises artisanales à la production réalisée préférentiellement avec des matières premières régionales (en particulier le Cuir) et positionnée sur des produits moyen ou haut de gamme. Leur stratégie de développement se focalise sur le territoire occitan.

Cette tendance se renforce au sein des entreprises nouvellement installées (depuis moins de cinq ans), qui mettent en place une stratégie reposant sur une démarche de production éco-responsable et locale. Lors des entretiens individuels, ces acteurs indépendants ont pu exprimer leur enthousiasme quant à la prise de conscience des valeurs territoriales (encourager les productions françaises) et environnementales (acheter local, acheter moins mais mieux) par les consommateurs.

Les acteurs indépendants ont cependant des moyens financiers restreints. Ils doivent donc composer avec les coûts d'achat des cuirs identiques à ceux de l'industrie du Luxe avec un marché aux débouchés moindres.

Deux entreprises enquêtées ont adopté une stratégie singulière : l'une confectionne exclusivement des produits en cuir pour la suivante qui se charge de la vente de ces produits et uniquement de ces produits. Cette commercialisation se fait uniquement via leur propre boutique en ligne sous une marque qui leur est propre. L'entreprise, chargée de la confection, est donc totalement intégrée à la seconde entreprise. Ainsi, elle a un client unique qui lui permet de sécuriser ses débouchés et donc ses revenus. Elle peut se concentrer sur son cœur de métier : la confection. A l'inverse, la seconde entreprise bénéficie d'un approvisionnement sécurisé avec des produits répondant complètement à ses attentes.

Les quatre entreprises restantes appartiennent à des secteurs d'activité très diversifiés de l'automobile à la cordonnerie en passant par la ganterie et la tannerie, les conduisant à une perception différenciée de la filière Cuir régionale.

Il apparaît alors que ces acteurs indépendants se différencient clairement par leur vision stratégique de la filière. Ils considèrent la relocalisation régionale de la filière Cuir comme une nouvelle opportunité pour développer une dynamique collective régionale. Celle-ci s'inscrirait dans un nouveau mode de consommation plus responsable et local. Cependant, un point de vigilance est à mentionner concernant la viabilité économique de ces acteurs qui reste fragile en raison d'une demande encore insuffisante pour couvrir le coût d'une production régionale.

### Les acteurs étroitement liés à l'industrie du Luxe

Quatre acteurs de l'échantillon travaillent étroitement avec l'industrie du Luxe afin de sécuriser leurs débouchés et, ainsi, leur viabilité économique. Deux mégisseries fournissent quasiment en totalité des entreprises de l'industrie du Luxe pour cette raison.

Ces entreprises souhaitent également s'inscrire dans une démarche de production locale avec la transformation de peaux régionales. Toutefois, les cahiers des charges de l'industrie du Luxe, notamment en termes de qualité des produits, les conduisent à un basculement progressif vers un approvisionnement régional en raison de peaux de qualité moindre. Ce positionnement, basé sur une production haut de gamme pour l'industrie du Luxe, est complexifié par la stratégie d'intégration des fournisseurs de cuirs menée par l'industrie du Luxe. Si ces mégisseries veulent être rentables, elles doivent selon elles : i) renforcer leur

recherche de clients, ii) conserver leur compétitivité en matière de qualité et d'originalité (voire de quantité) de leur production, et iii) affirmer leur démarche RSE.

Il semblerait alors que les acteurs travaillant étroitement avec l'industrie du Luxe perçoivent la filière cuir comme une filière difficile car il s'agit pour eux de parvenir à produire un cuir haut de gamme tout en assurant leur rentabilité économique. Leur vision des enjeux de la relocalisation régionale de la filière Cuir est alors obligatoirement liée à la disponibilité d'une matière première régionale (utilisation des peaux de Lacaune) de qualité.

### Les acteurs intégrés

Les trois acteurs de l'échantillon intégrés dans l'industrie du Luxe sont composés d'Hermès et de deux entreprises détenues majoritairement ou exclusivement par Chanel. Leurs entretiens mettent en exergue leur forte implication par rapport aux enjeux environnementaux. Ainsi, ils étudient la mise en place de procédés de transformation des peaux respectueux de l'environnement, de la relocalisation de l'approvisionnement en Cuir, de bilan carbone de leur production, de la réduction des déchets en cuir, etc.

Les maisons de Luxe développent une stratégie de filière complète leur permettant sa maîtrise totale. Ainsi, tous les maillons de la filière sont intégrés soit statutairement par une acquisition des parts sociales des entreprises concernées, soit par une sélection de fournisseurs indépendants reposant sur des cahiers des charges stricts (qualité du produit livré, détention d'un label environnemental comme LWG, etc.). Ces entreprises sont des acteurs proactifs de la filière Cuir en raison de leur anticipation des attentes des consommateurs et de l'adaptation de leur organisation en résultant : mise en place de processus d'amélioration continue, réalisation de bilan carbone, etc.

La filière Cuir est ici perçue comme un challenge où les acteurs doivent faire preuve d'une capacité d'adaptation permanente et d'une forte réactivité face à la demande des consommateurs y compris en Occitanie. Plus particulièrement, les deux entreprises intégrées à la maison Chanel affirment que : i) leur viabilité économique et la mise en place de moyens de production responsables et novateurs sont permises par leur intégration dans les maisons de Luxe, ii) la production de Cuir ou d'articles en Cuir par une entreprise non intégrée dans l'industrie du Luxe met et mettra en péril sa pérennité, iii) le renouveau de la filière Cuir réside dans son organisation et son mode de production.

D'après ces acteurs, la redynamisation de la filière Cuir occitane repose sur une « réinvention » des entreprises productrices du cuir en arrivant à faire coexister l'artisanat au côté de l'industrie du Luxe.

### **3.1.2 Les acteurs institutionnels**

La perception différenciée de la filière Cuir par les acteurs institutionnels s'explique pour partie par le type de relations qu'ils entretiennent avec les entreprises en aval de la filière. En effet, on peut distinguer : i) les institutions travaillant directement avec les entreprises aval de la filière Cuir, telles que le Centre Technique du Cuir, et ii) les institutions travaillant indirectement avec les entreprises aval de la filière Cuir, telles que la Région Occitanie, le CGAAER et le CNEAb. Ces institutions sont rattachées aux domaines de l'alimentation, et/ou de l'agriculture, et/ou au territoire occitan.

Quatre acteurs institutionnels ont été enquêtés, dont un seul en lien direct avec la filière Cuir. Cet acteur était encore récemment conseiller en RSE et développement durable au sein du Centre Technique du Cuir (CTC), appui majeur des différents professionnels du

Cuir. Cette fonction lui a permis de développer une vision précise des spécificités de la filière et de ses enjeux.

A contrario, les trois autres acteurs institutionnels enquêtés entretiennent un lien indirect avec l'Aval de la filière Cuir :

- le CGAAER, en charge d'études dans les domaines de l'agriculture, l'alimentation et les espaces ruraux ;
- le CNEAb, œuvrant sur l'éthique au sein des abattoirs ;
- la Région Occitanie.

Ainsi, ils ont une vision partielle de la filière Cuir tant au niveau national que régional, basée sur la rencontre de quelques acteurs de la filière ou de maillons spécifiques (élevage notamment).

Cette différence de type de relations entretenues avec les entreprises de l'Aval de la filière Cuir impactent leur perception de l'avenir de la filière Cuir régionale. Les acteurs en lien indirect ont une vision positive du futur de la filière avec un potentiel de développement rapide à court/moyen terme. L'acteur en lien direct, quant à lui, estime le développement faisable avec une progression plus lente.

Concernant les enjeux et les actions prioritaires à mener pour la redynamisation de la filière régionale, l'acteur en lien direct avec l'Aval de la filière met l'accent sur la nécessité de moderniser les tanneries et les mégisseries occitanes mais également de les accompagner au niveau financier. Les acteurs en lien indirect, quant à eux, identifient des enjeux différents pour la filière Cuir au regard de l'expertise de leur structure d'appartenance : i) l'instauration d'une dynamique collective régionale est à prioriser pour le collaborateur de la Région, ii) les enjeux environnementaux, de bien-être animal et d'accessibilité à la population française des produits en Cuir sont trois piliers majeurs pour un membre du CGAAER et le Président du CNEAb, et enfin iii) la recherche de moyens de production respectueux de l'environnement et la communication de la filière Cuir face aux nouvelles attentes sociétales telles que l'écologie et le véganisme sont essentiels pour le second membre du CGAAER.

### **3.1.3 Les acteurs « amont »**

La perception de la filière Cuir des acteurs de l'amont diffère selon le degré d'intégration des négociants en peaux. Les 3 entretiens réalisés avec ces acteurs, chacun dirigeant d'établissement, semblent montrer 3 niveaux d'intégration des négociants : i) les abattoirs propriétaires des animaux et négociants-collecteurs de peaux comme Arcadie Sud-Ouest, ii) les abattoirs prestataires de services tels que l'abattoir de Saint-Gaudens, et iii) les entreprises spécialisées dans le négoce et la collecte de peaux comme Nouvelle Société Arnaud, détenue par l'entreprise COVICO.

Ainsi, deux logiques d'organisation et de visions stratégiques de la filière Cuir apparaissent. Une première, partagée par les deux types d'abattoirs, est axée sur les débouchés économiques de la peau et non pas sur le Cuir lui-même. L'objectif est de trouver des débouchés pour les peaux quelle que soit leur qualité. Pour autant, cela n'exclut pas d'améliorer la qualité de la dépouille mise en place au sein de ces abattoirs visant à ne pas endommager les peaux. Comme l'affirme le dirigeant de l'abattoir d'Arcadie Sud-Ouest durant son entretien : *« Il va se créer un déséquilibre dans le Cuir entre le cuir de très bonne qualité et le tout-venant. Le cuir tout venant ne vaudra plus rien je pense. »* et *« Moi, je pense qu'aujourd'hui les techniques de dépouille de animaux, le retrait du Cuir au*

*percolateur doit évoluer, ce sont des gens qui disent « on est super quand on est à 8% de défauts » mais c'est monstrueux en fait. Aujourd'hui le percolateur a 30 – 40 ans, il n'y a pas eu d'évolution depuis toutes ces années parce que le produit est très hétérogène. ».*

La seconde, émanant d'un négociant-collecteur de peaux de l'entreprise Arnaud, part du constat que la qualité actuelle des peaux françaises fait que leur majorité ne trouvera que des débouchés à l'international. Selon lui, seule une économie locale avec de petits volumes pourrait résister face à la pression économique mondiale. Toutefois, cette solution ne permettrait d'écouler qu'un nombre de peaux restreint selon les dires de cet acteur : *« alors quand on fait un truc régional et qu'on veut imaginer qu'avec le Cuir on va aider les paysans, les éleveurs à avoir une plus-value, c'est faire fi de tout ce qui se passe partout ailleurs. Alors on peut arriver en créant des économies internes c'est-à-dire aider des petits tanneurs à revenir. », « Un seul moyen est de faire du local, du vrai local, ça serait de maîtriser toute la chaîne. C'est avoir des moyens de tanner en France au moins ça même si ce n'est pas en Occitanie. [...] Aussi de prendre toutes les qualités parce que s'ils veulent revaloriser les cuirs, si c'est prendre qu'une partie des cuirs parce que le reste n'est pas bon, ce n'est pas possible. »*

Ainsi, la perception de la filière est axée sur les enjeux économiques et de valorisation des peaux. Pour les abattoirs, il s'agit de trouver des débouchés pour valoriser les peaux quel que soit le secteur d'activités. Pour le négociant-collecteur, il est question de créer une économie régionale capable de valoriser l'ensemble des peaux sans s'inscrire dans le marché mondialisé du Cuir.

En outre, au niveau régional, ces entreprises travaillent peu avec celles de l'aval pour rechercher des débouchés pour des peaux de différentes qualités. L'ensemble de ces acteurs a une vision plutôt pessimiste quant à la redynamisation à venir de la filière Cuir régionale.

Le tableau suivant présente la typologie des acteurs enquêtés et synthétise brièvement la perception de la filière Cuir et de ses enjeux prioritaires pour chacun d'eux (Tableau 3).

Tableau 3 : Typologie des acteurs de la filière Cuir rencontrés

<b>Critère 1 : Positionnement dans la filière</b>	AVAL			INSTITUTIONNEL		AMONT		
<b>Critère 2 : Lien entre les acteurs de la filière</b>	Indépendant de l'industrie du Luxe	Travaillant étroitement avec l'industrie du Luxe	Intégré à l'industrie du Luxe	En lien direct avec l'Aval de la filière	En lien indirect avec l'Aval de la filière	Propriétaire et négociant-collecteur	Prestat a ire de service	Négociant-collecteur
Organismes	Heran Industry Sac du berger MYO Aubrac Bottier ..	Atelier du Gant Maison Fabre Mégisserie Alric Mégisserie Lauret	Mégisserie Richard Hermès Authentic Material	CTC	CNEAB CGAER Région Occitanie	Arcadie Sud-Ouest	Abattoir de Saint-Gaudens	Nouvelle Société Arnaud
Perception de la filière régionale	Positive  <b>Riche</b> en opportunités à la vue d'un nouveau mode de consommation plus responsable et local	Assez Négative  <b>Difficile</b> de concilier production haut de gamme et rentabilité économique	Assez Positive  <b>Challengeante</b> avec une obligation pour les acteurs de faire preuve d'une capacité d'adaptation permanente et d'une forte réactivité face à la demande des consommateurs  <b>Nécessité</b> d'un renouveau en matière de production et de dynamique territoriale	Assez Positive  <b>Lente</b> car son développement est faisable avec une progression lente à court/moyen terme	Positive  <b>Prometteuse</b> avec un potentiel de développement rapide à court/moyen terme	Assez Négative  <b>Difficile</b> de valoriser la totalité des peaux  <b>Cloisonnée</b> entre l'Amont et l'Aval avec peu d'interactions	Négative  <b>Mondialisée</b> malgré elle freinant le développement de débouchés locaux	
Thématiques des enjeux prioritaires	Dynamique collective	Approvisionnement en cuirs et peaux de qualité	RSE et Environnement	Modernisation des outils de production et dynamique collective	Environnement, BEA, économie, communication et dynamique collective	Optimisation de la valorisation des peaux et économie	Economie	

## 3.2 Les perceptions de la filière Cuir

### 3.2.1 La filière Cuir actuelle

Au cours des entretiens semi-directifs, la question suivante : « quels termes vous renvoient la filière Cuir en trois mots ? » a permis de faire émerger les perceptions principales qu'ont les acteurs de leur filière.

Un nuage, composé de 77 mots, permet de visualiser les termes exprimés et leur récurrence (via la taille de leur police) sans distinction des profils des acteurs (Figure 20).



Figure 20 : Nuage de mots sur la perception de la filière Cuir globale

Globalement, il se dégage une vision positive de la filière avec 83% des verbatims employés de connotation positive. Plus précisément, 3 niveaux de perception de la filière Cuir apparaissent au travers des termes exprimés : positif, mitigé et négatif.

La perception positive repose sur les termes « luxe », « artisanat » « savoir-faire » et « qualité ». Cela renvoie à une vision en diptyque de la filière Cuir entre les industries du Luxe et les artisans régionaux. Le travail du Cuir reste un métier exigeant et manuel qui nécessite une vraie expérience pour laquelle la France est reconnue au niveau mondial. Cette vision est essentiellement portée par les acteurs aval.

La perception mitigée, quant à elle, est perceptible au travers des termes « stratégie difficile », « complexité » et « mutation ». Ils traduisent plusieurs difficultés de la filière Cuir régionale : i) la transformation (« lenteur ») pour répondre aux nouveaux enjeux sociétaux et environnementaux, notamment en matière de traçabilité, ii) la compréhension de sa construction en termes de diversité d'acteurs et de débouchés, iii) le manque de rentabilité économique pour certains acteurs des différents maillons de la filière. Ce sont principalement les 6 acteurs de l'aval qui ont cette perception mitigée de la filière Cuir, mais pour des raisons différentes selon leur type : i) l'incompréhension de sa construction pour 3 acteurs indépendants, ii) la lenteur de la transformation de la chaîne de production pour répondre à ses nouveaux enjeux pour les acteurs en relation directe avec l'industrie du Luxe (1 travaillant étroitement avec celle-ci et deux intégrés).

Enfin, la perception négative se traduit par l'emploi des termes : « parent pauvre » et « difficulté économique ». Ces derniers renvoient aux investissements restreints en recherche et développement (sur les outils de dépouille notamment) et à la difficulté de trouver un équilibre financier, particulièrement pour l'Amont de la filière Cuir. Cette vision négative de la filière est portée par les acteurs amont (les 2 dirigeants d'abattoir).

Une analyse approfondie des mots-clés, employés par les acteurs enquêtés, est présentée dans le Tableau 4 ci-après.

Tableau 4 : Analyse détaillée des mots-clés énoncés par les acteurs de la filière Cuir rencontrés

Niveaux de perception	Termes	Acteurs	Significations
Perception positive	« luxe » et « artisanat »	1 acteur aval indépendant	<b>Coexistence</b> des deux types d'acteurs en Occitanie <b>Vision en diptyque</b> <b>Importance du Luxe</b> comme levier pour dynamiser et marqueur de l'attractivité de la filière occitane
	« luxe » ou « artisanat »	2 acteurs aval dépendants 1 acteur aval indépendant	
	« qualité », « qualité globale », « modernité » et « riche	5 acteurs aval indépendants 2 acteurs aval travaillant étroitement avec l'industrie du Luxe 1 acteur intégré 3 acteurs institutionnels en lien indirect	Importance de réaliser une <b>production de qualité</b> <b>Perception positive</b> liée à la qualité et la diversité des produits
	« beauté », « valorisation », « belle », « naturelle »	3 acteurs de l'aval indépendants 2 acteurs intégrés	<b>Beauté</b> de la matière et <b>revalorisation</b> d'un co-produit
	« Terroir », « Culture », « Richesse », « Authentique », « Tourisme » et « Tradition »	7 acteurs aval indépendants 2 acteurs institutionnels indirects	<b>Attachement historique</b> et <b>local</b> à la filière Cuir des acteurs <b>Ancrage territorial</b> de la production du Cuir
	« savoir-faire », « excellence », « fait main » et « technique »	8 acteurs aval	<b>Perception compétences-métiers</b>
Perception mitigée	« recyclage », « nouveau matériau » et « matière noble »	2 acteurs amont	<b>Besoin de valorisation</b> des peaux par l'Amont de la filière occitane
	« opaque », « manque de structuration », « diverses », « lisibilité », « complexité »	4 acteurs aval	Filière avec des <b>débouchés très diversifiés</b> <b>Vision</b> floue du parcours des peaux et du Cuir
	« stratégie difficile »	1 acteur travaillant étroitement avec l'industrie du Luxe	<b>Positionnement difficile économiquement</b> entre prix d'achat et de vente de la matière et exigences client
	« retard », « enjeu », « mutation »	3 acteurs aval	<b>Lenteur et difficulté de transformation</b> de la production du Cuir pour répondre aux nouveaux enjeux
Perception négative	« parent pauvre » et « difficulté économique »	2 acteurs amont	<b>Peu d'investissements</b> sur la filière en Amont

### 3.2.2 Les perceptions du développement de la filière Cuir à venir

Les entretiens semi-directifs ont également permis d'appréhender la vision du développement de la filière Cuir et d'estimer la volonté, l'optimisme ou le pessimisme des acteurs vis-à-vis de celle-ci selon le type d'acteurs.

Pour ce faire, nous avons demandé aux acteurs d'estimer entre 0 et 10 le dynamisme et le développement de la filière Cuir régionale actuelle et ceux à venir. La répartition de ces notes est disponible dans la Figure 21.

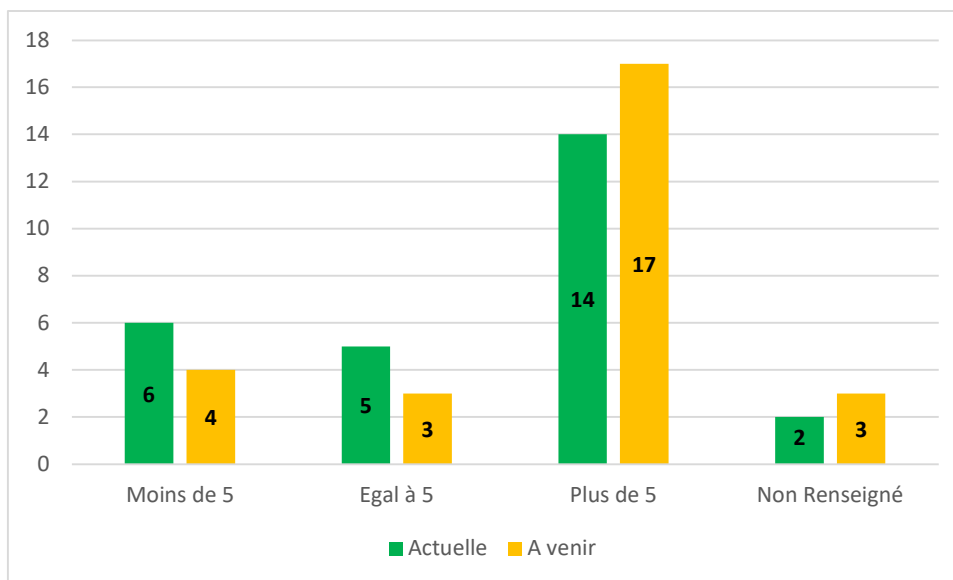


Figure 21 : Répartition des notes attribuées par les acteurs de la filière Cuir enquêtés sur son développement et son dynamisme actuels et à venir

Sans considérer la subjectivité des notes, l'augmentation du nombre de notes (+ 3) dans la catégorie « plus de 5 » est un signal positif sur le développement de la filière Cuir régionale à venir exprimé par les acteurs de la filière Cuir.

Cette classification, en trois catégories des notes (inférieure à 5, égale à 5 et supérieure à 5), correspond aux trois niveaux de perception évoqués précédemment (négative, mitigée, positive) mais, cette fois-ci, pour la filière Cuir régionale future.

Ainsi, la vision positive de la filière prédomine au sein de l'échantillon, puisque 17 notes sur les 24 formulées appartiennent à la catégorie « plus de 5 ». Ces notes, attribuées par les acteurs aval et institutionnels, traduisent leur optimisme quant à la redynamisation de la filière régionale. Celle-ci leur semble atteignable au regard des nouvelles attentes sociétales des consommateurs et de la bonne progression du marché du Luxe français. Cette redynamisation passera par la collaboration entre l'ensemble des acteurs du Cuir régionaux (la région Occitanie, le cluster tarnais et le cluster aveyronnais). Pour certains d'entre eux, le développement de la filière n'est pas une option, il est incontournable, comme l'exprime le président du CNEAb : « *Si ce dynamisme ne s'améliore pas la filière n'existe plus. C'est une obligation.* »

Les notes égales à 5 témoignent d'une vision plus mitigée du développement futur de la filière Cuir régionale. Cette vision est adoptée par 3 acteurs aval enquêtés, en particulier deux tanneurs-mégissiers. D'après eux, la redynamisation de la filière Cuir passera obligatoirement par la redynamisation de l'outil de production du Cuir : les tanneries et les mégisseries. Aujourd'hui, les difficultés de reprise de ces entreprises et



d'approvisionnement en matière première (prix d'achat élevé du cuir) pourraient conduire à leur fermeture ou à leur intégration à l'industrie du Luxe au détriment de la production de cuirs à destination des artisans régionaux.

Les notes inférieures à 5, quant à elles, expriment une vision négative de la redynamisation de la filière Cuir régionale, partagée par 4 acteurs dont trois aval et un amont. Elle repose sur deux facteurs actuels et qui vont perdurer dans le futur : l'impossibilité d'une collaboration de l'ensemble des acteurs de la filière Cuir et les difficultés économiques rencontrées par les tanneries et les abattoirs régionaux.

### 3.2.3 Les principaux enjeux de développement de la filière Cuir

Les propos tenus lors des 27 entretiens semi-directifs réalisés ont donné lieu à une analyse textuelle. La récurrence des sujets abordés a permis de distinguer 7 thématiques principales : « Approvisionnement en Cuirs et Peaux », « Dynamiques collectives », « Economie », « Image du Cuir et communication », « Emploi, Formation et Recrutement », « Bien-être animal » et « Environnement / Ecologie ».

Les enjeux et les freins régionaux les plus récurrents, énoncés par les acteurs enquêtés, pour la redynamisation de la filière Cuir régionale relèvent de 3 thématiques parmi les 7 identifiées ci-dessus (Figure 22).

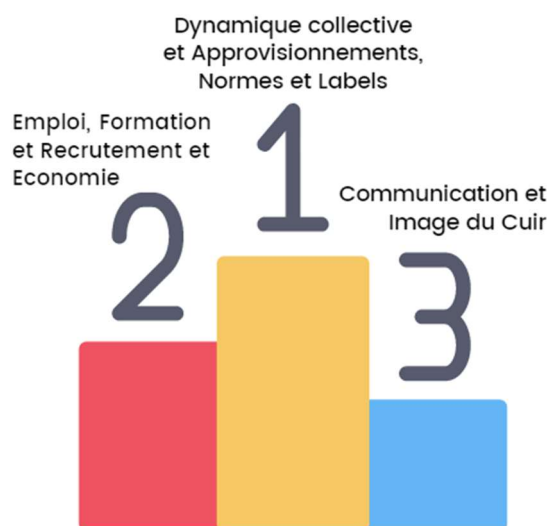


Figure 22 : Classement des trois thématiques les plus mentionnées par les 27 acteurs enquêtés pour les enjeux du développement de la filière Cuir

La thématique 2 « Dynamiques collectives », suivie par la thématique 1 « Approvisionnement en cuirs et peaux » et la 3 « Economie », totalisent respectivement 36%, 22% et 21% des idées énoncées par les enquêtés. Les autres thématiques sont plus marginalement exprimées avec 13% pour la thématique 4 « Emploi, Formation et Recrutement », 4% pour la 5 « Image du Cuir et Communication », et 3% pour les thématiques 6 « Environnement et écologie » et 7 « Bien-être animal » cumulées.

#### Thématique 1 : approvisionnement en Cuirs et Peaux

La thématique de l'approvisionnement en cuirs et peaux est évoquée par tous les types d'acteurs du Cuir enquêtés et, plus particulièrement, par tous les acteurs de l'Amont. Les dirigeants d'abattoirs mettent en évidence i) l'apparition éventuelle d'un « fossé » à l'avenir

entre les peaux tout venant et les peaux de qualité, ii) la nécessité, pour les abattoirs, de se reprofessionnaliser dans le traitement des peaux avec la modernisation des appareils de dépeçage et la montée en compétences des opérateurs. Le gérant de la Nouvelle Société Arnaud, quant à lui, évoque comme freins à la redynamisation de la filière régionale, deux ruptures d'approvisionnement irrémédiables i) l'approvisionnement en peaux locales, la qualité de la peau Lacaune étant insuffisante pour les marchés haut de gamme, ii) et l'approvisionnement en peaux en tripes (wet blue, par exemple), le travail de rivière étant de moins en moins réalisé en Occitanie comme en France de façon générale.

Trois acteurs institutionnels sur 4 expliquent le déclin des activités de travail de rivière et du tannage en général par i) le renforcement des réglementations normatives européennes et françaises, ii) et l'alignement des producteurs de Cuir sur les critères de sélection des fournisseurs de l'Industrie du Luxe reposant sur les cahiers des charges de labels environnementaux (LWG, par exemple).

Sur les 7 acteurs aval intégrés et travaillant étroitement avec l'industrie du Luxe, six partagent le constat des acteurs institutionnels et soulignent notamment le besoin de retrouver des sources d'approvisionnements de peaux et de cuirs régionales tout en sauvegardant leur qualité. A ceci s'ajoute le fait que les tanneries et les mégisseries n'ont pas la capacité de répondre à l'ensemble de la demande des maisons de Luxe. En outre, les acteurs indépendants de l'aval soulignent que le monopole des maisons de Luxe sur le cuir concurrence l'approvisionnement des artisans régionaux.

### Thématique 2 : dynamiques collectives

La thématique des dynamiques collectives est essentielle puisqu'elle est exprimée par plus de la moitié des acteurs rencontrés (18 sur 27). Les enjeux et les freins en relevant sont : i) le besoin de fédérer les acteurs régionaux, ii) le manque d'acteurs régionaux pour certains secteurs d'activité (délainage, négoce-collecte et tannage) et la diversité des acteurs de la seconde transformation.

### Thématique 3 : économie

La thématique « économie » a été évoquée par plus de la moitié des acteurs rencontrés (17 sur 27). Pour les acteurs de l'Amont, la revalorisation du cinquième quartier, dont fait partie la peau, constitue le principal enjeu économique. Sans cela, une forte dépendance de la filière cuir occitane au marché du Cuir mondial continuera de s'installer avec des débouchés pour les peaux à l'international (essentiellement en Chine et en Italie) et sa « soumission » au cours du cuir mondial. Les acteurs aval et l'acteur institutionnel en lien direct s'interrogent sur la rentabilité de produits régionaux étant donné le prix d'achat du cuir qu'ils estiment élevé.

### Thématique 4 : emploi, formation et recrutement

Sur les 27 acteurs du Cuir enquêtés, 13 ont évoqués les ressources humaines comme un enjeu ou un frein pour redynamiser la filière Cuir régionale, en particulier i) les acteurs aval dont l'ensemble des acteurs intégrés, ii) et 2 acteurs de l'amont sur 3.

Pour les acteurs de l'aval, il est nécessaire de renforcer l'attractivité du bassin d'emploi pour sauvegarder et valoriser les savoir-faire régionaux (plus d'écoles, plus de formations, plus de communication, etc.). Les acteurs de l'Amont partagent cette perception plus axée sur

l'abattage, un secteur d'activité qui peine à recruter et à faire monter en compétences ses collaborateurs.

#### Thématique 5 : image du Cuir et communication

Quatorze des 27 acteurs du Cuir enquêtés ont mentionné des enjeux et des freins inhérents à la communication tant interne qu'externe de la filière Cuir régionale et à l'image du Cuir. Cette thématique est portée par les trois acteurs institutionnels indirectement lié à l'Aval de la filière Cuir et 9 acteurs aval sur 20.

Les acteurs institutionnels estiment que la filière Cuir régionale, étant donné sa relation avec l'élevage, doit développer un argumentaire en réponse à la montée des mouvements animalistes et/ou écologistes, notamment le « véganisme », et de leurs produits de substitution.

Les acteurs aval partagent ce point de vue pour empêcher une détérioration de l'image des métiers en lien avec l'animal. Selon eux, la communication devrait, dans un premier temps, être réalisée au sein même de la filière, en particulier auprès des éleveurs et abattoirs ; et, dans un second temps, à l'extérieur de la filière, sur l'appellation « Cuir » et, plus spécifiquement sur les savoir-faire régionaux portés par les acteurs de la filière.

#### Thématique 6 : environnement et écologie

L'environnement et l'écologie sont des sujets transversaux qui sont essentiellement perçus par les acteurs de l'aval et institutionnels.

Pour les acteurs institutionnels, la production du cuir doit évoluer vers des pratiques plus respectueuses de l'environnement, notamment avec la mise aux normes des tanneries et des mégisseries. Pour un acteur amont et un acteur aval, certaines conséquences du réchauffement climatique doivent être d'ores et déjà anticipées par la filière Cuir ; comme la sécheresse qui impactera le niveau d'utilisation de l'eau dans les procédés de tannage, et le réchauffement climatique qui amoindrira la demande en habillement chaud.

#### Thématique 7 : bien-être animal

La thématique du bien-être animal a été essentiellement abordée par 3 acteurs dont 2 institutionnels et un acteur aval. Cet enjeu, concernant plus particulièrement les acteurs de l'Amont de la filière, touche l'ensemble des acteurs de la filière Cuir devant répondre à cette nouvelle attente sociétale : *« il faut prendre en compte tous les aspects sociétaux [...] ça ferait pas rêver personne c'est un système d'un veau intégré [...] cela ne correspond pas aux attentes françaises en tout cas. Cela correspond peut-être à d'autre pays et ça va sur des marchés qui sont complètement autres aussi mais ce n'est quand même pas une viande d'avenir donc c'est quand même une vraie faiblesse aujourd'hui de ne pas pouvoir correspondre que ce soit sur la filière viande ou la filière Cuir à des attentes de consommateurs même si c'est le plus beau cuir aujourd'hui qu'on est en classique. »*

## 4 L'atelier participatif : priorisation des enjeux et élaboration de pistes d'action

### 4.1 Temps d'échange avec les participants suite à la présentation des enjeux

Les sept enjeux exprimés lors des enquêtes individuelles ont été présentés aux participants à l'atelier. Le temps d'échange, qui a suivi la présentation, n'a pas révélé de nouveaux enjeux ou une remise en question d'un ou plusieurs de ceux présentés.

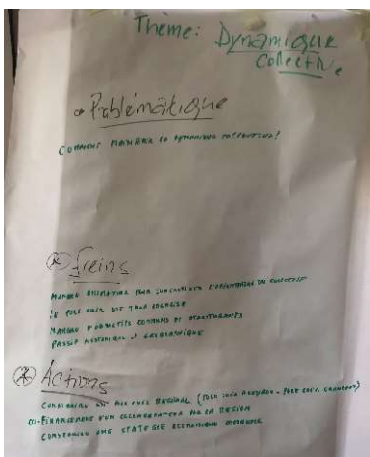
Afin d'échanger de façon plus approfondie sur quelques enjeux en sous-groupes, nous avons procédé à un vote à main levée au cours duquel 4 thématiques sont unanimement apparues prioritaires : l'« Image du Cuir et Communication », les « Dynamiques collectives », l'« Emploi, Formation et Recrutement » et l'« Approvisionnement en Cuirs et Peaux ». Les acteurs du Cuir présents estiment que cette dernière thématique est l'élément central de la redynamisation de la filière régionale. Les trois autres thématiques sont considérées comme des thèmes transversaux.

### 4.2 Restitution des travaux de groupe

Les restitutions des résultats des travaux de groupe sont présentées brièvement ici dans l'ordre de passage des groupes lors de l'atelier participatif. Un compte rendu détaillé de ces restitutions est présenté en Annexe 9.

#### 4.2.1 Dynamiques collectives

La Figure 23 présente le poster qui a été réalisé par les participants du groupe de réflexion « Dynamiques collectives ». Il reprend les trois axes structurant les réflexions de chacun des groupes à savoir : i) la précision de la question principale posée (ou la problématique), ii) les principaux freins, iii) les principales actions.



<p>Thème : <u>Dynamique collective</u></p> <p><u>Problématique</u> COMMENT MAINTIENIR LA DYNAMIQUE COLLECTIVE ?</p> <p><u>Freins</u> MANQUE D'ANIMATEUR POUR CONCRÉTISER L'ORIENTATION DU COLLECTIF LE PÔLE CUIR EST TROP LOCALISÉ MANQUE D'OBJECTIFS COMMUNS ET STRUCTURANTS PASSIF HISTORIQUE ET GÉOGRAPHIQUE</p> <p><u>Actions</u> CONSTRUIRE UN PÔLE CUIR RÉGIONAL (PÔLE CUIR AVEYRON - PÔLE CUIR GRAULHET) CO-FINANCEMENT D'UN COLLABORATEUR PAR LA RÉGION CONSTRUIRE UNE STRATÉGIE ÉCONOMIQUE COMMUNE</p>	<p>Thème : <u>Dynamique collective</u></p> <p><u>Problématique</u> : Comment maintenir la dynamique collective ?</p> <p><u>Freins</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Manque un animateur pour concrétiser l'orientation du collectif</li><li>• Le Pôle Cuir est trop localisé</li><li>• Manque d'objectifs communs et structurants</li><li>• Passif historique et géographique</li></ul> <p><u>Actions</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Construire un Pôle Cuir régional (Pôle Cuir Aveyron – Pôle Cuir Graulhet)</li><li>• Co-financement d'un collaborateur par la Région</li><li>• Construire une stratégie économique commune</li></ul>
---	---

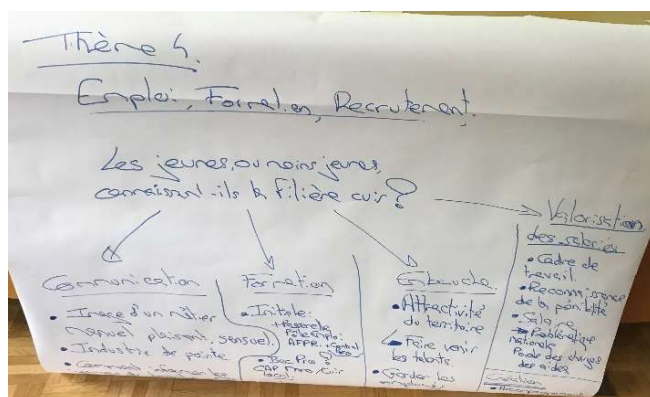
Figure 23 : Poster réalisé sur le thème 2 "Dynamiques collectives"

La problématique se focalise sur la nécessité non seulement de relancer cette dynamique collective mais surtout de la maintenir. Un premier frein soulève le manque d'un animateur engagé à temps plein pour assurer son animation. D'autres freins ont été mentionnés, qui relèvent l'absence d'une stratégie économique à l'échelle de la région Occitanie. Il a été évoqué en effet la nécessité de construire un projet économique, qui fédérerait les nombreux acteurs de la filière, pas uniquement à l'échelle du département de l'Aveyron. Tout en gardant chacun sa spécificité, ce projet commun permettrait de donner de la

visibilité à la filière Occitane et créerait de nouvelles opportunités économiques. En matière d'actions, celles-ci sont directement liées à la mise en place de cette stratégie économique et ce en sollicitant le co-financement d'une personne à temps plein pour l'animation de ce pôle régional. La vision stratégique à l'échelle de la région Occitanie devrait constituer un argument de poids pour bénéficier d'un soutien de la Région. Une fois l'animateur recruté, celui-ci travaillera avec les acteurs de la filière, avec l'appui de la recherche scientifique afin de réfléchir aux premières bases de ce projet économique commun.

#### 4.2.2 Emploi, Formation et Recrutement

La problématique « Emploi, Formation et Recrutement » s'est centrée sur les moyens à mobiliser pour faire connaître à la population française la filière Cuir, comme le présente la Figure 24. Le groupe a plus particulièrement échangé sur la manière de fidéliser et valoriser les salariés dans les entreprises du Cuir.



<u>Thème 4 : Emploi, Formation, Recrutement</u>	
Les jeunes ou moins jeunes connaissent-ils la Filière cuir ?	
<u>Communication</u>	Image d'un métier manuel, plaisant, sensuel. Industrie de pointe Comment informer les jeunes du territoire ?
<u>Formation</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Initiale : Passerelle Pôle Emploi : AFPR + Contrat Pro</li> <li>Bac Pro ? CAP Maro / Cuir local.</li> <li>Continue.</li> </ul>
<u>Embauche</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Attractivité du territoire =&gt; Faire venir les talents.</li> <li>Garder les employés</li> </ul>
<u>Valorisation des salariés</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cadre de travail.</li> <li>Reconnaissance de la pénibilité</li> <li>Salaire =&gt; problématique nationale Poids des charges des aides.</li> </ul>
<u>Création</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accompagnement.</li> <li>Galère</li> </ul>

Figure 24 : Poster réalisé sur le thème 4 "Emploi, Formation et Recrutement"

Le poster n'inventorie pas de freins mais plutôt des leviers, tels que la communication à axer sur l'image des métiers manuels, la formation, etc. Toutefois, l'impact de ces actions pourrait être amoindri par des facteurs intrinsèques aux collaborateurs, comme leur motivation ou leur vie personnelle.

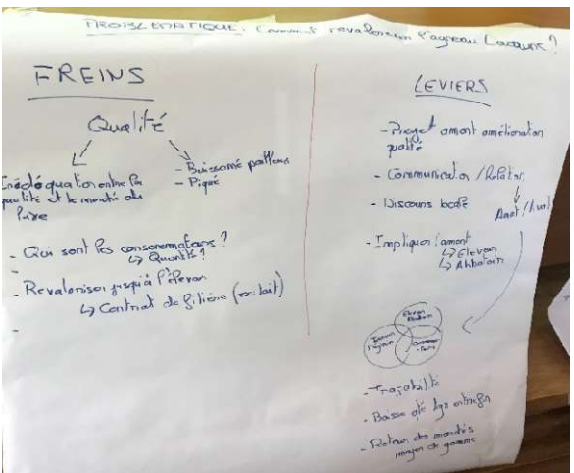
#### 4.2.3 Approvisionnements en Cuirs et Peaux

Pour ce groupe, la problématique de l'approvisionnement en cuirs et peaux est axée sur la filière ovine et les actions concrètes à mettre en place pour revaloriser la peau Lacaune qu'elle produit (Figure 25).

Le premier frein évoqué relève de la qualité de la peau qui est en inadéquation avec les cahiers des charges du marché du Luxe en raison de facteurs inhérents aux pratiques d'élevage ou intrinsèques aux animaux (buissonné pailleux, par exemple). Le groupe a noté que des projets de recherche à ce sujet sont d'ores et déjà initiés (comme le projet A-PROPOS auquel participe Upra Lacaune). Un levier majeur consisterait en l'amélioration de la communication entre Amont et Aval de la filière i) sur le plan relationnel, ii) mais

également sur le plan économique avec la mise en place éventuelle de contrats de filière, tels que ceux pratiqués dans les filières agricoles.

Problématique : Comment revaloriser l'agneau Lacaune ?



**FREINS**

Qualité

Inadéquation entre la qualité et le marché du Luxe

- Qui sont les consommateurs? → Quantité?
- Revaloriser jusqu'à l'éleveur → Contrat de filière (ou lait)

**LEVIER**

- Projet amont amélioration qualité
- Communication / Relation
- Discours basé Amont / Aval
- Impliquer l'amont (éleveur) → Abattoirs
- Traçabilité
- Baisse quantité des entrées
- Retour des marchés moyen de gamme

Freins

Qualité :

- Inadéquation entre la qualité et le marché du Luxe
- Buissonné pailleux
- Piqué

Qui sont les consommateurs ? => Quantité ?

Revalorisation jusqu'à l'éleveur => Contrat de filière (ex : lait)

Leviers

Projet amont amélioration qualité

Communication / Relation => Amont / Aval => entre Tanneur Mégissier – Eleveur Abattoir – Consommateurs

Traçabilité

Baisse quantité d'agneaux entrefin

Retour des marchés moyen de gamme

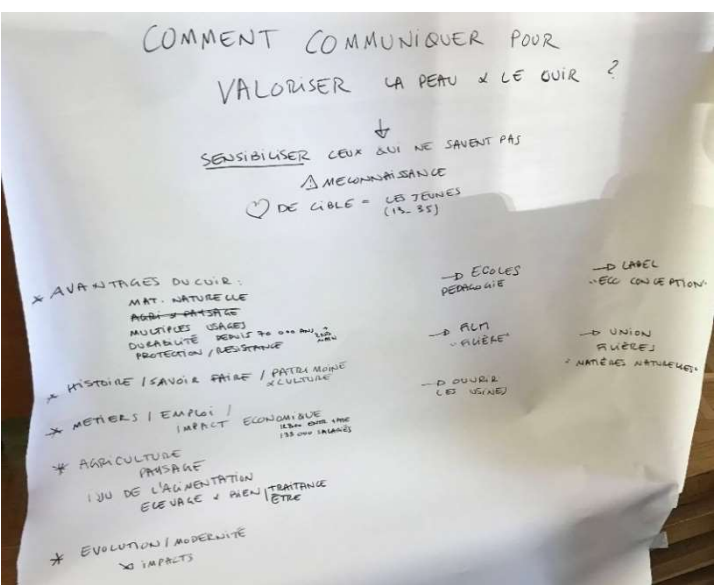
Figure 25 : Poster réalisé sur le thème 1 "Approvisionnement en Cuirs et Peaux"

Des incertitudes demeurent quant aux débouchés de cette peau (quels clients pour quelles quantités). Cependant, la dégradation de la qualité des agneaux Entrefins espagnols entraînant la « baisse de la quantité d'agneaux Entrefins » sur le marché du Cuir pourrait constituer un débouché pour la peau de Lacaune et favoriser sa revalorisation.

#### 4.2.4 Image du Cuir et Communication

A travers leur poster, les participants ont mis en évidence la nécessité d'informer le grand public sur la filière Cuir et sa production. Les personnes jeunes entre 13 et 35 ans sont identifiées comme le « cœur de cible », pour pallier la méconnaissance de la matière par les nouvelles générations. Plusieurs canaux de communication ont été inventoriés (film documentaire, label, etc.) pour un plan de communication régional (Figure 26).

Comment communiquer pour valoriser la peau & le cuir ?



**COMMENT COMMUNIQUER POUR VALORISER LA PEAU & LE CUIR ?**

↓

SENSIBILISER CEUX QUI NE SAVENT PAS

△ MÉCONNAISSANCE

♡ CŒUR DE CIBLE = LES JEUNES (13-35)

**AVANTAGES DU CUIR :**

- MAT. NATURELLE
- MULTIPLES USAGES
- DURABILITÉ
- PROTECTION / RÉSISTANCE
- HISTOIRE / SAVOIR FAIRE / PATRIMOINE & CULTURE
- MÉTIER / EMPLOI / IMPACT ÉCONOMIQUE (12 800 entreprises et 133 000 salariés)
- AGRICULTURE PAYSANNE
- ÉLEVAGE & BIEN TRAITEMENT
- ÉVOLUTION / MODERNITÉ
- IMPACTS

**COMMUNICATION :**

- ÉCOLES PÉDAGOGIE
- ALN - FILIÈRE
- OUVRIER (LES USINES)
- LABEL "ECO CONCEPTION"
- UNION FILIÈRE
- MATIÈRES NATURELLES

Sensibiliser ceux qui ne savent pas

Méconnaissance

Cœur de cible = Les jeunes (13-35)

Avantages du Cuir :

- Matière naturelle
- Multiples usages
- Durabilité depuis 70 000 ans + 2 ND main
- Protection / Résistance

Histoire / Savoir-faire / Patrimoine & Culture

Métiers / Emploi / Impact économique (12 800 entreprises et 133 000 salariés)

Agriculture paysanne issue l'alimentation

Elevage x Bien traitement / être

Evolution / Modernité diminution des impacts

Ecoles Pédagogie

Label « Ecoconception »

Film « filière »

Union filières « Matières naturelles »

Ouvrir les usines

Figure 26 : Poster réalisé sur le thème 5 "Image du Cuir et Communication"

### 4.3 Conclusion et perspectives

Au cours de cet atelier participatif, les 12 participants ont validé les thématiques identifiées lors des entretiens semi-directifs et priorisées 4 d'entre elles. La présentation de leurs réflexions autour de ces thématiques a permis d'identifier 4 problématiques principales à prioriser pour redynamiser la filière Cuir régionale : la valorisation de l'agneau Lacaune, le maintien de la dynamique collective, la connaissance de la filière Cuir des jeunes (ou moins jeunes) et la communication pour valoriser la peau et le Cuir.

Ces thématiques sont généralisables à l'ensemble des régions productrices de Cuir en France, exceptées 2 d'entre elles propres à la filière occitane : « Dynamiques collectives » (thème 2) et « Approvisionnement en Cuirs et Peaux » (thème 1). Les principaux résultats les concernant sont synthétisés dans le Tableau 5 ci-dessous.

Tableau 5 : Résumé des thématiques et des axes de développement énoncés par les participants à l'atelier participatif (dédiés à la filière Cuir occitane)

Thème (N°)	Freins retenus	Leviers retenus
1	L'absence de revalorisation de la qualité de la peau Lacaune des éleveurs aux producteurs de Cuir	Fédération des acteurs de l'Amont et de l'Aval autour de la redynamisation régionale
		Revalorisation de la qualité de la peau Lacaune (en partant de l'élevage jusqu'à la production du Cuir)
2	Une association Pôle Cuir très / trop localisée	Construction d'un Pôle Cuir régional réunissant les clusters cuir historiques de Millau, Graulhet et Mazamet
	L'existence d'un passif historique et géographique entre Millau – Graulhet - Mazamet	
	Un manque d'objectifs communs et structurants	Construction d'une stratégie économique commune entre les membres du Pôle Cuir régional

Ces premiers résultats seront approfondis dans la partie proposition suivant deux questions principales :

1. Comment instaurer et maintenir une dynamique collective et une stratégie économique à l'échelle de la région Occitanie ?
2. Comment revaloriser de façon pérenne la peau Lacaune régionale ?

## **PARTIE 4 : Discussion et propositions**



# 1 Discussion

L'étude réalisée dans le cadre de ce stage de fin d'études avait pour objectif de réaliser un état des lieux de la filière Cuir régionale en termes de structuration et de perspectives de développement. A partir de ce bilan, le but était d'accompagner la réflexion des entreprises membres du Pôle Cuir et Peaux d'Aveyron sur leur objectif de redynamisation d'une filière cuir régionale en identifiant les freins et les leviers potentiels.

Deux questions étaient alors posées : « une relocalisation partielle ou totale de la filière cuir est-elle possible et souhaitée sur le territoire de l'Occitanie ? » et « quels sont les freins et les leviers pour la structuration d'une filière cuir territorialisée ? ».

L'étude menée a permis d'appréhender le niveau de développement et de structuration de la filière Cuir occitane. Sa phase exploratoire a mis en évidence la multitude d'acteurs présents et fédérés par secteurs d'activité à l'échelle nationale. A l'échelle régionale, le Tarn (Mazamet et Graulhet) et l'Aveyron (Millau) sont apparus comme les deux centres historiques de production du Cuir, incontournables pour le maintien de la filière occitane.

Les entretiens semi-directifs auprès d'un échantillon d'acteurs de la filière Cuir dans le département de l'Aveyron ont permis d'identifier une diversité d'acteurs aux perceptions différenciés en fonction, notamment, de leur relation avec l'industrie du Luxe. Sept enjeux principaux à relever pour développer la filière Cuir occitane ont été identifiés. Ces enjeux ont été discutés puis précisés lors de l'atelier participatif. Cette réflexion collective a aussi permis d'identifier les actions prioritaires à mener à court terme : i) la revalorisation de la peau Lacaune, et ii) le maintien d'une dynamique collective, structurée autour d'une stratégie économique commune.

Ces résultats devront néanmoins être complétés dans le cadre de prochains travaux et ce au moins sur deux aspects.

Le premier consiste en la réalisation d'un nombre d'enquêtes plus important auprès des acteurs de l'amont. Le nombre non négligeable d'acteurs de l'aval sur le territoire de l'étude, leur volonté forte de relancer la filière et la durée contrainte du stage ont conduit à les caractériser prioritairement. Quelques acteurs de l'amont ont été rencontrés, mais cela reste insuffisant pour réaliser une analyse approfondie de la perception de la filière par les éleveurs et les abattoirs.

Le deuxième aspect concerne la localisation des entretiens dans le département de l'Aveyron. La focalisation sur les acteurs de ce département a été un choix méthodologique. En effet, la dynamique et les interactions entre les acteurs d'une filière sont plus facilement perceptibles au sein d'une zone d'étude restreinte. Cependant, la vision de la filière Cuir à l'échelle régionale nécessiterait d'élargir le travail réalisé au pôle d'activité du Tarn, avec, à la fois, des entretiens individuels auprès de ses acteurs et la mise en place d'un atelier participatif.

Les résultats obtenus dans le cadre de ce travail et leurs limites ont conduit à des propositions relevant d'améliorations pour les futurs travaux et de pistes d'actions.

## 2 Propositions

Les leviers seront ici abordés selon les deux prismes identifiés par les participants : la dimension collaborative des acteurs de la filière Cuir régionale et la dimension économique des produits en Cuir régionaux pour revaloriser la peau Lacaune.

Ces propositions visent à fédérer l'ensemble des acteurs de l'Amont et de l'Aval de la filière Cuir occitane autour d'un projet économique commun pour redynamiser la filière Cuir régionale. Aussi, les trois propositions qui seront détaillées ici sont : une étude de l'Amont de la filière Cuir occitane, une étude de la filière Cuir du Tarn et la création d'une marque collective « Les cuirs moches ».

### 2.1 Maintenir la dynamique collective et construire une stratégie économique à l'échelle de la région

L'étude réalisée a montré la volonté collective de ses acteurs de relancer la filière cuir en Occitanie mais avec deux principaux freins. Le premier réside dans le fait que la dynamique portée par le pôle Cuir à l'échelle de l'Aveyron n'intègre pas les acteurs de l'amont de la filière. Le second est qu'il n'y a pas de collaboration entre les deux pôles principaux de la filière Cuir à l'échelle de la région (Tarn et Aveyron) se concrétisant par la mise en place des actions concrètes. Les propositions présentées ci-après intègrent ces freins.

#### 2.1.1 Etudier l'Amont de la filière Cuir régionale

Les acteurs de l'Amont de la filière Cuir sont également essentiels pour redynamiser la filière Cuir régionale, puisqu'ils l'approvisionnent en matière première (en quantité et en qualité). Une étude dédiée à l'Amont de la filière Cuir régionale permettrait d'appréhender les attentes et les stratégies des éleveurs, des abattoirs et des négociants-collecteurs de peaux et de les intégrer à la stratégie économique commune à mettre en place par la filière régionale. Les principales étapes permettant de mettre en place ce projet sont présentées ci-après.

##### Contenu de la proposition

Cette nouvelle étude nécessiterait une période suffisamment conséquente pour rencontrer au moins un acteur de chaque abattoir répertorié (31 au total). Ainsi, les besoins d'abattage de la région Occitanie seraient appréhendés. L'étude pourrait être réalisée par un élève ingénieur en stage de fin d'études de janvier 2023 à juin 2023.

L'objectif du stage, dédié à l'étude de l'amont de la filière Cuir régionale, serait de faire un état des lieux de la structuration actuelle de l'Amont de la filière Cuir et de l'état d'avancement de la traçabilité au sein des abattoirs occitans ; permettant ainsi de répondre aux questions suivantes :

- Quelle est la diversité des profils d'éleveurs et des types d'abattoirs ?
- Est-ce que l'Amont de la filière Cuir souhaite la redynamisation de la filière Cuir régionale et est sensibilisée ou mobilisée à ce sujet ?
- Quel lien existe-t-il entre l'Aval et l'Amont de la filière ? Est-ce que ce lien nécessite d'être renforcé ? Et si oui, comment ?

Pour apporter des éléments de réponse, l'étudiant devra réaliser :

- ✓ une étape de recherches bibliographiques, d'une durée d'un mois environ, sur la structuration des abattoirs et des élevages de la filière viande, productrice de peaux, aux débouchés locaux à internationaux ;
- ✓ une enquête, s'étendant sur 2 mois et demi, auprès d'au moins 25 acteurs de l'Amont pour définir, dans un premier temps, leur positionnement et leur stratégie vis-à-vis de la revalorisation des co-produits du cinquième quartier. Dans un second temps, il s'agira d'identifier les freins de ces acteurs quant à leur engagement dans la filière Cuir et le travail de leurs peaux et les leviers le favorisant ;
- ✓ Une étape de restitution des travaux réalisés, d'une durée de 2 mois (analyse des résultats, organisation et réalisation de l'atelier), auprès des professionnels Amont de la filière Cuir lors d'un atelier participatif pour définir des axes de développement communs à mettre en place ensemble.

L'étudiant serait recruté et accompagné par l'Ecole d'Ingénieurs de Purpan dans le cadre du projet FAVA. L'idéal serait qu'il soit accueilli par le comité régional d'Interbev à la Maison de l'Alimentation et de la Coopération d'Auzeville-Tolosane (à environ 20 kilomètres de l'EI Purpan) ou par un(e) autre organisme / entreprise professionnelle de la filière viande.

Une fois le mémoire de fin d'études et la soutenance réalisée, une présentation sera faite à l'ensemble des partenaires du projet FAVA.

#### Plan d'action et budgétisation de l'étude

L'étude de l'Amont de la filière Cuir régionale comprend deux phases d'organisation : le recrutement du stagiaire et la réalisation de l'étude en elle-même. Le Tableau 6 présente le plan d'action de cette proposition selon ces deux phases et se focalise sur la budgétisation de la réalisation du stage de fin d'études.

Tableau 6 : Plan d'action de l'Etude de l'Amont de la filière Cuir

Actions à mener	Description	Personnes impliquées	Période	Budget (€)	
<b>Recrutement du stagiaire de fin d'études</b>				<b>0,00</b>	<b>0%</b>
Trouver une entreprise (partenaire) d'accueil	Un organisme de professionnels / une entreprise	Un enseignant-chercheur de l' <b>El Purpan</b> ou un partenaire / chercheur de l'étude FAVA	09/2022 à 10/2022 (2 mois)	0,00	0 %
Elaborer l'offre de stage de fin d'études	Structurer l'offre : objectifs à atteindre et modalités du stage	<b>El Purpan</b> et partenaires de l'étude FAVA	09/2022 à 10/2022 (2 mois)		
Recruter un étudiant	Publication de l'offre de stage / entretiens avec les candidats / sélection de l'un d'eux	<b>El Purpan</b>	10/2022 à 11/2022 (2 mois)		
<b>Réalisation du stage de fin d'études</b>				<b>4427,30</b>	<b>100%</b>
Réaliser l'étude de l'Amont de la filière Cuir	Indemnités de stage pendant 6 mois	Stagiaire de l' <b>El Purpan</b> avec un tuteur Personnes ressources : enseignants-chercheurs impliqués au sein de <b>FAVA</b>	01/2023 à 06/2023 (6 mois)	3412,50	<b>77%</b>

Conduire des entretiens semi-directifs	Au moins 25 acteurs de l'Amont enquêtés	Stagiaire de l' <b>EI Purpan</b> avec un tuteur	02/2023 au 15/04/2023 (2 mois et ½)	1000,00	<b>23%</b>
Réaliser un atelier participatif	Analyse des résultats Organisation de l'atelier (au moins 15 participants) Animation de l'atelier	Stagiaire de l' <b>EI Purpan</b> avec 3 observateurs minimum dont son tuteur	15/04/2023 au 15/06/2023 (2 mois)	16,64	0%
Présenter les résultats de l'étude	Présentation à l'ensemble des partenaires de la filière Cuir de FAVA	Stagiaire de l' <b>EI Purpan</b> avec un tuteur	10/2023 (1h-2h)	0,00	0%
<b>TOTAL DEPENSES</b>				<b>4429,14 €</b>	

La gratification de stage a été calculée via le simulateur de calcul de gratification minimale de stage de l'Etat français. La gratification totale pour 6 mois de stage de janvier à juin 2023 est de 3412,50€ (Annexe 10). Le budget consacré aux déplacements professionnels (réalisation des enquêtes) de l'étudiant a été estimé à un montant maximum de 1000,00€. Ce montant est suffisant puisque l'étudiant aura aussi recours à des entretiens en visioconférence pour ne pas dépasser ce budget (pour les entreprises très éloignée du lieu de son stage : au-delà de 400 km aller-retour).

En ce qui concerne le budget de l'atelier participatif, tout dépendra de l'organisme d'accueil du stagiaire. Si c'est la Maison de l'Alimentation et de la Coopération il faudra prévoir les déplacements des observateurs. La distance exacte de l'EI Purpan à l'antenne d'Interbev étant de 20,8 km, les frais à rembourser seraient de 16,64€ (Annexe 11). Les fournitures, quant à elles, seront probablement déjà disponibles à l'EI Purpan (elles ne seront donc pas incluses ici).

#### Les points de vigilance

La rémunération des enseignants-chercheurs qui seraient impliqués dans cette étude n'a pas été pris en compte. La budgétisation du plan d'action est donc sous-évaluée.

L'étudiant en stage de fin d'études devra tout particulièrement être attentif à la planification des entretiens individuels et à la durée de chacun d'eux. Le stage se déroulant de janvier à juin 2023, les éleveurs ne seront pas mobilisables pendant toute la durée du stage puisqu'il y aura des périodes d'agnelage et de vêlage, aux alentours de début mars, très chargées pour les exploitants. La planification des entretiens individuels devra donc être suffisamment anticipée pour que 25 entretiens individuels, répartis entre éleveurs et abattoirs, soient réalisés à minima. Aussi, la durée des entretiens devra être relativement courte (maximum 30 minutes) pour que les enquêtés soient en mesure de facilement libérer un créneau sur leur emploi du temps et de se focaliser sur l'entretien (notamment pour les agriculteurs).

### 2.1.2 Etudier la filière Cuir tarnaise

Le Tarn a un poids économique important dans la filière Cuir occitane. En effet, si l'Aveyron compte une vingtaine d'entreprises du Cuir, le Tarn en compte entre 60 et 80 dont environ 10 en maroquinerie et 8 à 10 en mégisserie, selon la chargée de mission Grands Projets pour la ville de Graulhet. Les entreprises restantes sont des entreprises connexes de la filière Cuir, spécialisées en construction et réparation de machines, en construction de foulons, en chimie, etc. Une étude sur la filière Cuir tarnaise permettrait d'avoir une vision complète de la filière Cuir occitane.

#### Contenu de la proposition

Cette étude pourrait être réalisée par un élève ingénieur, en 4<sup>ème</sup> année de l'Ecole d'Ingénieurs de Purpan, réalisant un Parcours Recherche de 3 mois. Son objectif serait de réaliser un diagnostic de la filière Cuir tarnaise, à l'image de l'étude, objet de ce mémoire, menée dans le département de l'Aveyron. Il identifiera les acteurs tarnais de la filière Cuir et appréhendera leurs stratégies. Seuls les acteurs de l'Aval (premiers et seconds transformateurs) et les acteurs institutionnels feront l'objet de cette analyse, les acteurs de l'Amont faisant l'objet d'une étude dédiée à l'échelle régionale.

Devront être réalisés :

- ✓ au moins 20 entretiens semi-directifs avec des acteurs tarnais du Cuir ;
- ✓ un atelier participatif avec à minima 10 acteurs du Cuir du Tarn ;
- ✓ l'identification des thématiques des enjeux à relever par la filière, de ses freins et de ses leviers.

L'étude s'organiserait en trois phases.

La première serait une phase exploratoire, de deux semaines, pour appréhender l'histoire du Cuir dans le département du Tarn, la dynamique collective et le développement économique actuels de la filière, à partir de recherches bibliographiques. Le mémoire de fin d'études actuel constituera une ressource communiquée à l'étudiant. L'étudiant pourra également recontacter des personnes ressources de la ville de Graulhet rencontrées dans le cadre de l'étude sur l'Aveyron, comme des chargés de mission au sein de la mairie de Graulhet et des collaborateurs de la CCI du Tarn.

La deuxième, d'une durée d'un mois, consisterait en la réalisation d'entretien semi-directifs en utilisant des guides d'entretien et une méthode d'échantillonnage identiques à ceux de l'étude de la filière Cuir aveyronnaise et en privilégiant les acteurs de l'Aval et les acteurs institutionnels. Pour ne pas excéder 30 minutes d'entretien par personne enquêtée, le stagiaire se focalisera sur les parties suivantes des guides d'entretien :

- pour le guide d'entretien des acteurs de l'Aval (Annexe 3) : « Fiche d'identité de l'interviewé » (au moins, nom / prénom, poste actuel et son implication professionnelle dans le Cuir) et « Avis / Perception de la filière Cuir » ; « Fiche d'identité de l'entreprise / organisme », « Stratégie de l'entreprise et valorisation des produits », « Organisation interne de l'entreprise / organisme » uniquement sur la partie « Fournisseurs et Approvisionnement » ; « Relations avec les autres acteurs » et « Conclusion ».
- pour le guide d'entretien des acteurs institutionnels (Annexe 4) : l'ensemble des parties seront à aborder exceptée la question 11 de la partie « Avis / Perception de la filière Cuir ».

La retranscription sera réalisée à partir d'un enregistrement vocal des entretiens, de l'enrichissement du tableau Excel de l'étude actuelle sur le département de l'Aveyron et de la création d'un fichier Word pour noter de manière synthétique les impressions et les ressenties de l'enquêteur lors des entretiens réalisés.

L'analyse des données ainsi collectées serait qualitative et thématique et permettrait d'identifier les thématiques des enjeux prioritaires de la filière Cuir tarnaise ainsi que celles de ses freins, de ses leviers et les pistes d'actions pour redynamiser la filière Cuir régionale.

La troisième et dernière phase, de 3 semaines, consisterait en l'organisation d'un atelier participatif. L'ensemble des personnes interrogées durant la seconde phase serait invité à participer, ainsi que des acteurs complémentaires au regard de la composition de l'échantillon des personnes enquêtées.

L'atelier participatif se déroulerait en deux temps : une présentation (de 20 minutes) des résultats obtenus à l'aide des entretiens semi-directifs et une réflexion par groupe (de 55 minutes au total) sur les thématiques, considérées comme prioritaires par les participants, avec l'élaboration d'axes de développement concrets.

Actuellement, un travail similaire est en cours de construction dans le Tarn avec la création de commissions de travail initiées par la mairie en collaboration avec la CCI du Tarn. Il serait alors intéressant de se rapprocher des acteurs institutionnels chargés de ces commissions (la Chambre de Commerce et d'Industrie du Tarn et la ville de Graulhet) pour réaliser un atelier participatif commun, basé sur les résultats des entretiens réalisés par le stagiaire et les résultats de ces commissions de travail.

#### Plan d'action et budgétisation de l'étude

Le plan d'action ci-après reprend l'ensemble des actions décrites pour mener à bien l'étude sur la filière Cuir tarnaise (Tableau 7).

Tableau 7 : Plan d'action de l'étude de la filière Cuir tarnaise

<b>Actions à mener</b>	<b>Description</b>	<b>Personnes impliquées</b>	<b>Période</b>	<b>Budget (€)</b>	
Rencontrer la Ville de Graulhet	Prise de contact et présentation du projet de recherche FAVA	<b>Ville de Graulhet</b> (Marion Pelegry et Benjamin Verdeil) Stagiaire de fin d'études sur la filière Cuir aveyronnaise dans le cadre du projet FAVA	07/2022 (1h)	61,71	2 %
Rencontrer la Ville de Mazamet	Prise de contact et présentation du projet de recherche FAVA	<b>Ville de Mazamet</b> <b>Ecole d'Ingénieurs de Purpan</b> dans le cadre du projet FAVA	09/2022 (1h)	81,60	3 %
Rédiger un dossier de partenariat	Confirmer la volonté de devenir partenaire du projet FAVA Rédiger les modalités du partenariat et de l'étude	<b>Ville de Graulhet</b> (Marion Pelegry et Benjamin Verdeil) <b>Graulhet le Cuir et CCI du Tarn</b> (Sandrine Bonnet) <b>Ville de Mazamet</b> Hichem Amichi chef du <b>projet de recherche FAVA</b>	09/2022 à 10/2022 (2 mois)	194,73	8 %

Recruter un étudiant	Rédiger l'offre de stage, la communiquer et réaliser des entretiens avec les candidats potentiels	<b>Ecole d'Ingénieurs de Purpan</b>	A partir de 11/2022	0,00	0 %
Réaliser l'étude de la filière Cuir tarnaise	Conduire au moins 20 entretiens semi-directifs Réaliser un atelier participatif	Stagiaire de l' <b>EI Purpan</b> avec pour tuteur Hichem Amichi Personnes ressources : enseignants-chercheurs impliqués au sein de <b>FAVA</b> , Sandrine Bonnet de la <b>CCI du Tarn et Ville de Graulhet</b>	03/2023 à 05/2023 (3 mois)	1665,30 + 500,00 + 64,91 = 2230,21	<b>87 %</b>
Présenter les résultats de l'étude	A l'ensemble des partenaires de la filière Cuir de FAVA	Stagiaire de l' <b>Ecole d'Ingénieurs de Purpan</b> avec pour tuteur Hichem Amichi	05/2023 (1h-2h)	0, 00	0 %
<b>TOTAL DEPENSES</b>				<b>2568,25 €</b>	

Au total, cette étude nécessiterait un budget d'environ 2570 € composé de deux pôles importants de dépenses : 87 % lié au travail à effectuer de la part de l'étudiant et 35% lié aux déplacements professionnels entre Toulouse – Mazamet et Graulhet (soient 903,04 €).

Les frais de déplacements (frais kilométriques + péage) ont été calculés sur le taux de remboursement de l'EI Purpan (0,525 pour le personnel) et la base des itinéraires affichés sur Mappy (Annexe 12 et Annexe 13) (Mappy, 2022). Le budget consacré aux déplacements professionnels (réalisation des enquêtes) de l'étudiant a été estimé à un montant maximum de 500,00 € (à répartir entre des entretiens en présentiel et à distance).

Le salaire de l'étudiant a été statué au regard des textes de loi sur le montant minimum légal de gratification de stage pour 3 mois de travail de mars à mai 2023 (Annexe 14) au sein d'un établissement privé (selon le plafond horaire de 2022) (République Française, 2022).

La présentation des résultats à l'ensemble des partenaires aura lieu à l'Ecole d'Ingénieurs de Purpan. Cela n'engendrera pas de frais de location de salle de conférence et de frais de déplacement. Seuls des frais de pauses café sont à prévoir pour les participants (café et bouteilles d'eau non pris en compte dans le budget).

#### Les points de vigilance

Deux points de vigilance sont à noter pour la mise en œuvre de cette proposition : le temps restreint dédié à la réalisation de cette étude avec un élève ingénieur en stage de 3 mois et le temps non négligeable que les chercheurs du projet FAVA doivent consacrer à la construction du partenariat et à l'encadrement du stagiaire. Les salaires des enseignants-chercheurs impliqués sur cette étude n'ont pas été pris en compte.

Une autre méthodologie pourrait être mise en place pour réaliser cette étude. Seulement quelques entretiens individuels seraient réalisés pour corroborer les résultats des recherches bibliographiques de la phase exploratoire. Un atelier participatif, avec des étapes identiques à celui réalisé en Aveyron, serait ensuite organisé au cours duquel les résultats de l'étude de la filière Cuir aveyronnaise seraient présentés. Le temps d'échange avec les participants permettrait de déterminer s'ils corroborent les thématiques identifiées,

en identifient de nouvelles propres à la filière Cuir tarnaise et s'ils les priorisent de la même façon. Cette organisation permettra d'avoir une vision de la filière Cuir tarnaise en un délai restreint au détriment de la profondeur de l'analyse menée.

## **2.2 Revaloriser la peau de l'agneau Lacaune régional**

La revalorisation de la peau de l'agneau Lacaune régional pourrait passer par une action concrète : la création d'une marque collective « les cuirs moches ».

### **2.2.1 Nécessité d'un projet économique commun**

L'instauration d'un cadre économique commun est apparu être un élément essentiel à la redynamisation de la filière Cuir régionale absent à ce jour. Aujourd'hui, chaque acteur réalise ses cuirs et ses produits pour divers débouchés qui lui sont propres et ne permettent pas, notamment à l'échelle régionale, de massifier des flux de peaux et de cuirs et de structurer une filière régionale claire. Ce manque de structuration économique impacte négativement le coût de l'approvisionnement des artisans régionaux mais aussi des tanneurs et des mégissiers ; ne permettant pas de construire une économie régionale indépendante du marché mondial.

### **2.2.2 Construction d'une marque collective**

#### *Un concept pour la revalorisation des peaux régionales de toutes qualités*

En 2017, le plan de la filière ovine, réalisé par Interbev fait état de la crise mondiale que traverse les peaux d'ovins françaises en raison de leur hétérogénéité et de leur qualité inférieure à celle des peaux espagnoles. A ceci s'ajoute l'absence de centres de délainage qui pousse aujourd'hui la filière française ovine à détruire ses peaux. Les dirigeants d'abattoirs et certains transformateurs enquêtés qui, respectivement, peinent à valoriser leur peaux et ne parviennent pas à utiliser toutes leurs palettes de cuir (en partie à cause de leur qualité) ont exprimé ces freins (Interbev, 2017).

Au même titre que les « légumes moches » visant à diminuer le gaspillage alimentaire en France (estimé à 40% de la production française de fruits et légumes), lié à l'apparence des légumes et des fruits ne correspondant pas aux calibres des cahiers des charges des distributeurs (Figure 27), la marque collective, « les cuirs moches », serait un tremplin pour revaloriser toutes les peaux de la région Occitanie (L'Intendance, 2022).

Ceci serait tout particulièrement le cas pour les peaux de la filière ovine qui ne conviendraient pas aux critères de sélection des filières haut de gamme et Luxe. En 2007, la thèse réalisée par Anaïg Le Guen fait état de 5 défauts principaux présents sur les peaux d'ovins de l'Aveyron, classés ici par ordre d'importance : i) le buissonné pailleux (15-20% des agneaux touchés), ii) le piqué de laine (15-20% des agneaux croisés), iii) les rides (15% des agneaux croisés), iv) les tiques (5-10% des brebis),v) et les abcès (5% des agneaux et des brebis) (Le Guen, 2007).

Le but serait alors de collecter ces peaux abîmées et de les transformer pour en faire des cuirs originaux et des produits en cuir restant esthétiquement beaux. Ainsi, leur revalorisation régionale serait assurée.





Figure 27 : Campagne publicitaire pour les fruits et les légumes moches

Pour exemple, prenons des cuirs réalisés à partir de peaux présentant les trois défauts majeurs observés sur la population d'ovins de l'Aveyron. Les 3 prototypes de sacs à main, obtenus à partir de ces cuirs, sont originaux car ils font de ces défauts des motifs naturels (Figure 28). Cette marque reposerait sur une démarche consistant à créer des produits adaptés à la production des acteurs de l'Amont et ne contraindrait pas ces producteurs à s'adapter aux cahiers des charges de l'Aval, comme c'est le cas de la filière Cuir aujourd'hui.



Figure 28 : Prototype de la gamme de "cuirs moches"

#### Avantages de cette marque

Outre la valorisation de toutes les peaux Lacaune régionales quelle que soit leur qualité, cette marque collective permettrait de recréer une économie régionale structurante mettant en relation l'ensemble des acteurs du Cuir régionaux. De plus, elle répondrait aux nouvelles attentes sociétales des consommateurs en termes d'anti-gaspillage et de fabrication locale. Finalement, les peaux présentant des défauts n'ayant aucune valeur économique, le prix d'achat de la matière ne sera plus un frein pour les transformateurs en aval de la filière. Un marché de produits en cuir moyen de gamme pourrait voir le jour en France.

#### Les étapes nécessaires à la mise en place de la marque

Pour construire cette marque collective, plusieurs étapes seront à suivre : une étude de marché, un atelier participatif intra-filière, la réalisation de plusieurs prototypes (cuirs et

produits en cuir de la gamme), la vérification de la faisabilité technique du projet, la rédaction d'un règlement d'usage et la déclaration de la marque collective auprès de l'Institut National de la Propriété Intellectuelle (INPI).

L'étude de marché est l'étape qui assurera la viabilité économique du projet en s'assurant de l'existence de débouchés. Elle sera réalisée via un Projet Entreprise de 4<sup>ème</sup> année par 5 à 6 étudiants de l'Ecole d'Ingénieurs de Purpan de septembre à décembre 2022. Une fois cette première étape réalisée, la proposition de la marque collective « les cuirs moches » pourra être présentée aux acteurs régionaux du Cuir lors d'un atelier participatif, réunissant les acteurs aussi bien tarnais qu'aveyronnais.

L'atelier participatif se déroulerait en juillet 2023 et serait l'aboutissement des propositions faites précédemment. Les acteurs de la filière Cuir occitane, ayant participé à l'ensemble des études sur le Cuir du projet FAVA, seraient tous réunis pour définir collectivement leur stratégie économique. Cet atelier se déroulerait en deux temps : un temps de présentation des différentes stratégies économiques possibles et un temps d'échange entre les acteurs pour déterminer la stratégie la plus adéquate. Cet atelier permettrait de statuer sur : les éléments primordiaux du règlement d'usage de la marque collective, les consommateurs à cibler et les débouchés (types de cuirs et produits en cuir).

Une fois les cuirs et les produits identifiés, la réalisation des prototypes pourra avoir lieu et mobilisera l'ensemble des professionnels du Cuir régionaux. Cette étape s'accompagnera d'une vérification de la faisabilité technique du projet, incluant les contraintes des différents maillons de la filière et les ressources nécessaires i) au cheminement de la matière entre chaque maillon de la filière régionale (transport et stockage), ii) et à la transformation de ces peaux en Cuir (travail de rivière, tannage particulier, teinture, confection des articles).

Si l'ensemble de ces étapes confirment la viabilité économique et la faisabilité technique du projet alors la création officielle de la marque collective pourra être réalisée après validation de leur engagement par les acteurs de la filière. Pour ce faire, un règlement d'usage devra être rédigé définissant les critères de production et de fabrication que devront respecter les produits pour pouvoir utiliser la marque collective. Finalement, la déclaration de la marque collective sera à effectuer auprès de l'Institut National de la Propriété Intellectuelle (INPI).

#### Les points de vigilance

Les deux points de vigilance majeurs de la construction de cette marque collective sont : la capacité de délainage des peaux en France et la capacité d'assurer le travail de rivière localement.

Même si les volumes de production restent encore à établir, la production de tels produits nécessitera un centre de délainage suffisamment productif sur le territoire occitan ou à minima français pour assurer l'approvisionnement en cuirs de la filière et permettre de conserver une économie interne maîtrisée. Si aucun centre n'est mobilisable à l'échelle nationale, une option à envisager sera de dimensionner un outil de production local.

La réflexion est identique pour l'étape de travail de rivière. En effet, une mégisserie enquêtée a fait part de sa capacité à effectuer le travail en interne pour un maximum de 20 000 peaux. Si plusieurs autres mégisseries régionales ont la même capacité de production à court terme, l'approvisionnement en cuirs pour le projet « les cuirs moches » serait envisageable.

## Conclusion générale

L'état des lieux de la filière Cuir régionale et des conditions de sa relocalisation en Occitanie a été réalisé, notamment, au travers de . 27 entretiens semi-directifs, ceux-ci ont été administrés auprès d'acteurs de l'Aval de la filière aveyronnaise pour caractériser les acteurs régionaux et leur perception de la filière Cuir. Un atelier participatif, réunissant 12 participants, a ensuite eu lieu pour identifier les enjeux majeurs propres à la filière Cuir régionale et ses axes de développement prioritaires.

Deux enjeux majeurs ont été mis en exergue : la nécessité d'inclure les acteurs de l'Amont dans la stratégie de développement de la filière (les éleveurs et les abattoirs en particulier) ; et celle de définir une stratégie économique commune incluant les deux pôles de production du Cuir régionaux : le Tarn et l'Aveyron.

Lors de l'atelier participatif, deux axes de développement sont clairement apparus : maintenir la dynamique collective entre les acteurs du Cuir régionaux et valoriser la peau Lacaune occitane.

Au travers de ce mémoire, trois propositions ont été formulées en réponse à ces axes de développement. Les deux premières consistent en la réalisation de deux études complémentaires à celle-ci, objet de ce mémoire, dans le cadre du projet de recherche-action FAVA. Il s'agit de l'étude de la filière Cuir tarnaise et de celle de l'Amont de la filière régionale via deux dispositifs mis en place par l'Ecole d'Ingénieurs de Purpan. Un Parcours Recherche de 3 mois et un stage de fin d'études de 6 mois, respectivement. Ces deux travaux permettront non seulement d'approfondir les connaissances sur la filière Cuir régionale mais également de rassembler les acteurs autour d'un projet de recherche-action afin qu'ils puissent partager la vision de leur filière et construire collectivement des solutions concrètes en vue de sa redynamisation.

La dernière proposition est opérationnelle et consiste en la création d'une marque collective « les cuirs moches » qui permettrait de valoriser les peaux Lacaune dont le niveau de qualité ne permet pas aujourd'hui d'accéder à la filière haut de gamme française. Cette proposition devra faire l'objet d'une étude à part entière pour transformer l'idée en une solution viable économiquement et faisable techniquement afin de créer une économie régionale.

La filière Cuir occitane apparaît alors être une filière en développement, prometteuse, dont les acteurs souhaitent s'impliquer dans sa croissance.





## Guide d'entretien : AMONT

Date et Heure :

Lieu et type d'enregistrement de l'entretien :

### I. Présentation et Introduction du Projet de Recherche

Bonjour, merci d'avoir accepté de participer à cet entretien. Je m'appelle Estelle Peltier et je suis actuellement en double diplôme en Management et Administration des entreprises à l'Université de TSM et en agronomie à l'Ecole d'Ingénieurs de Purpan à Toulouse.

Suite à un appel à projets initié par la région et remporté par l'Ecole d'Ingénieur de Purpan, l'Initiative FAVA (Filières Agricoles à forte Valeur Ajoutée) a pour but d'étudier la redynamisation des filières chanvre, laine et cuir à l'échelle régionale.

Dans le cadre de mon stage de fin d'étude, je participe donc à ce projet en me focalisant exclusivement sur la filière Cuir en Occitanie. Mon étude a pour objectif de faire un diagnostic de la filière Cuir régionale (méthodes de revalorisation du cuir, interaction entre les acteurs, enjeux actuels de la filière régionale, etc.) et d'identifier quels seraient les freins et les leviers à son développement / sa croissance. Pour mener à bien cette mission, ce projet est soutenu par le Pôle Cuir et en lien avec des artisans du cuir et je suis accueillie dans les locaux de la CCI Aveyron à Millau.

L'entretien portera sur plusieurs thématiques en lien avec cette étude et durera une heure. Les informations sur lesquelles nous échangerons seront utilisées uniquement dans le cadre de cette étude et ne seront en aucun cas divulguées à des concurrents.

### II. Fiche d'Identité de l'interviewé

1. Nom, Prénom :
2. Poste :
3. Quel est votre parcours professionnel ? ...

### III. Fiche d'Identité de l'entreprise

1. Date de création :
2. Dirigeant :
3. Localisation :
4. Quel(s) est/sont votre/vos domaine(s) d'activité ? ...

5. A combien s'élève votre production ? ...

5.1. Sous-question pour les agriculteurs : à combien de têtes s'élève votre cheptel et combien de bêtes sont abattues par an ? ...

5.2. Sous-question pour les abattoirs : Combien de peaux ou de kilos de peau sont générés par an ? ...

#### IV. Description stratégique de l'entreprise

1. Quelles sont les produits / les services que votre entreprise propose ? ...

1.1. Sous-question pour les agriculteurs : Pouvez-vous me décrire votre conduite d'élevage ? ...

2. Quelles sont les valeurs (sociales, environnementales, etc.) mises en avant par vos produits / services ? Pourquoi ? ...

3. Est-ce que les formats de valorisation actuelle / services proposés sont satisfaisants ? ...

3.1. Si oui, sur quels plans ? ...

- 3.2. Sinon, quelles sont les marges de progrès et à quels niveaux ? ...
4. Avez-vous adhéré à une marque, un label, une certification ? Avez-vous engagé une démarche qualité ? ...
5. Quel est votre marché actuel (local à international) ? Souhaitez-vous développer ce marché ou en viser d'autres ? ...
- 5.1. Pour la distribution de vos productions et / ou services comment procédez-vous (boutique en ligne, boutique physique, vente directe, abattoir) ? ...
- 5.1.a *Sous-question pour les agriculteurs : Avec quels abattoirs êtes-vous en lien ? ...*
- 5.1.b *Sous-question pour les agriculteurs : Comment s'organise l'abattage de vos bêtes ? ...*
- 5.2. Avez-vous des partenariats dans le cadre de cette distribution ? ...

6. Quels sont les objectifs de l'entreprise à court terme ? Quelle est votre vision stratégique sur le long terme ? ...

## V. Organisation interne de l'entreprise

### 1. Fournisseurs et Approvisionnement

- 1.1. Quels sont vos fournisseurs en matière première (animaux) ? ...

- 1.2. Pour l'ensemble de ces animaux, êtes-vous en contact avec des coopératives ou autres regroupements agricoles ? Pourquoi ? ...

- 1.3. Avez-vous une orientation particulière quant au choix de vos animaux en termes d'origine ou de race ? Pourquoi ? ...



## 2. Main d'œuvre et équipement

2.1. Considérez-vous que votre capacité de production est en adéquation avec vos ressources humaines en nombre ou en qualité ? ...

2.1.a *Si oui, comment vous l'expliquez (anticipation ? formation des salariés en internes, actions pour fidéliser les salariés (avantages, semaines de 4 jours, primes, intéressement, ...) ? etc.) ? ...*

2.1.b *Sinon,, quelle est la nature de cette inadéquation ? ...*

En nombre : est-ce lié à une difficulté de recrutement ? Désintérêt des jeunes vis-à-vis de ce type de métier ? Manque d'attractivité du bassin de production / bassin de vie ? Autres raisons ? ...

En qualité : manque de savoir-faire sur certains métiers localement ? Autres raisons ? ...

2.2. Quel(s) organisme(s) / entreprise(s) privilégiez-vous pour vous aider dans ce cadre ? ...

2.3. Avez-vous des difficultés pour assurer la maintenance de vos machines ou pour vous en procurer de nouvelles ? Quel(s) organisme(s)/entreprise(s) privilégiez-vous pour vous aider dans ce cadre ? ...

## VI. Pour les abattoirs : Gestion des peaux

1. Possédez-vous une unité de tri, de collecte et / ou de négoce des peaux au sein de votre abattoir ? Pourquoi ? ...

1.1. Si oui, comment celle-ci s'organise (protocole, main d'œuvre, bâtiment, matériel, mise en relation client import et export, etc.) ? ...

1.2. Si non, avec quelles entreprises êtes-vous en lien pour collecter vos peaux ? Pourquoi avoir recours à cette organisation ? ...

## VII. Relations avec les autres acteurs

1. Vers quels structures/partenaires vous tournez-vous pour vous accompagner dans votre activité et votre développement ?

## VIII. Connaissances et relations avec la filière Cuir et le Pôle Cuir

### 1. Connaissance de la filière Cuir

1.1. Connaissez-vous la filière Cuir (acteurs, étape de fabrication, etc.) ? A quel niveau territorial (départemental, régional, national et/ou international) ? ...

1.2. Êtes-vous sensible à la problématique du devenir des peaux ? Pourquoi ? ...

1.3. Connaissez-vous la problématique qu'il existe entre les modes d'élevage et la qualité des peaux ? ...

### 2. Relation avec le Pôle Cuir Aveyron

2.1. Connaissez – vous le Pôle Cuir Aveyron ? Si oui, dans quel cadre ? ...

## IX. Avis / Perception de la filière Cuir

1. Quelle votre perception actuelle de la filière ? ...

2. A quels termes vous renvoie la filière Viande et Cuir (globale) en trois mots ? ...
  
3. Selon vous, si vous deviez noter le dynamisme et le développement actuel de la filière régionale (viande et cuir) sur 10 (1 = très mauvais à 10 = très bon) quelle serait votre note ? Pourquoi ? ...
  
4. Quels sont les points faibles de ces filières aujourd'hui ? ...
  
5. Quels sont les points forts de ces filières aujourd'hui ? ...
  
6. Quels sont selon vous les menaces et les enjeux auxquels doit faire face la filière Viande et Cuir (pour vous, en Occitanie et en général) ? ...

7. Avez-vous des idées pour y faire face ? ...

8. Selon vous, si vous deviez noter l'avenir de la filière régionale (viande et cuir) sur 10 (1 = très mauvais à 10 = très bon) quelle serait votre note ? Pourquoi ? ...

## X. Conclusion

Pour finir, à la suite de cette phase d'entretien que je suis en train d'effectuer, nous allons organiser avec l'Ecole d'Ingénieurs de Purpan des séances de réflexion aux alentours du mois de Juin. Ceci, pour restituer les résultats des entretiens d'acteurs de la filière Cuir et pour vous permettre de partager votre point de vue de la filière avec les différents acteurs de celle-ci. Le but de cette séance de réflexion est d'aboutir à un diagnostic partagé de la filière.

Seriez-vous intéressé pour participer à l'une de ces séances de réflexion ? Si oui quelle serait la période et l'endroit adéquats pour vous pour l'organisation de cet atelier ? ...

## Guide d'entretien : AVAL

Date et Heure :

Lieu :

### I. Présentation du cadre du stage et les objectifs de l'entretien

Bonjour, merci d'avoir accepté de participer à cet entretien. Je m'appelle Estelle Peltier et je suis actuellement en double diplôme en Management et Administration des entreprises à l'Université de TSM et en agronomie à l'École d'Ingénieurs de Purpan à Toulouse.

Cet entretien s'inscrit dans le cadre d'un projet de recherche porté par l'École d'Ingénieur de Purpan et financé par la région Occitanie. Ce projet s'intitule FAVA (Filières Agricoles à forte Valeur Ajoutée) et a pour but d'étudier la redynamisation de trois filières emblématiques de la région à savoir : le cuir, la laine et le chanvre textile.

Dans le cadre de mon stage de fin d'études, je participe donc à ce projet en me focalisant exclusivement sur la filière Cuir en Occitanie. Mon étude a pour objectif de réaliser un diagnostic de la filière Cuir régionale (acteurs impliqués dans la filière, leurs interactions et modes d'organisation, les formes de valorisation du cuir, les enjeux actuels de la filière régionale, etc.) et d'identifier quels seraient les freins et les leviers à son développement. Pour mener à bien cette mission, ce projet de recherche est conduit en partenariat avec le Pôle Cuir qui réfléchit à ces questions en lien avec une diversité d'acteurs du cuir. Pour conduire ce travail, Je suis accueillie dans les locaux de la CCI Aveyron à Millau.

L'entretien portera sur plusieurs thématiques en lien avec cette étude et durera une heure environ. Les informations sur lesquelles nous échangerons seront anonymisées et utilisées uniquement dans le cadre de cette étude et ne seront en aucun cas divulguées à des concurrents.

### II. Fiche d'Identité de l'interviewé

1. Nom, Prénom :
2. Poste :
3. Parcours professionnel :

### III. Avis / Perception de la filière Cuir

1. Quelle est votre perception actuelle de la filière ?

2. A quels termes vous renvoie la filière Cuir (globale) en trois mots? ...
3. Selon vous, si vous deviez noter le dynamisme et le développement actuel de la filière occitane sur 10 (1 = très mauvais à 10 = très bon) quelle serait votre note ? Pourquoi ? ...
4. Quels sont les points faibles de la filière aujourd'hui ?
5. Quels sont les points forts ?
6. Quels sont selon vous les menaces et les enjeux auxquels doit faire face la filière Cuir (pour vous, en Occitanie et en général) ? ...



7. Avez-vous des idées pour y faire face ? ...

8. Selon vous, si vous deviez noter l'avenir de la filière occitane sur 10 (1 = très mauvais à 10 = très bon) quelle serait votre note ? Pourquoi ? ...

#### IV. Fiche d'Identité de l'entreprise/organisme

1. Date de création :
2. Dirigeant/responsable :
3. Localisation :
4. Quel(s) est/sont votre/vos domaine(s) d'activité ? ...

#### V. Stratégie de l'entreprise et valorisation des produits

1. Quelles sont les produits/services que votre entreprise/organisme propose ? ...





6.1. Pour la distribution de vos productions et/ou services comment procédez-vous (boutique en ligne, boutique physique, distribution à des maisons de luxe, grossistes, etc.) ? ...

7. Quels sont les objectifs de l'entreprise/organisme à court terme ? Quelle est votre vision stratégique sur le long terme ?

## VI. Organisation interne de l'entreprise/organisme

### 1. Fournisseurs et Approvisionnement

1.1. Quels sont vos fournisseurs en matière première ? ...

1.2. Pouvez-vous nous parler de l'évolution passée et à venir de ces fournisseurs ? ...

1.3. Avez-vous des besoins spécifiques pour vos cuirs et peaux en lien avec les valeurs que vous mettez ou souhaitez en avant (origine (pays), local, type de peau (ovin, caprin, bovin), qualité, etc.) ? ...

1.4. Comment gérez-vous vos déchets ? Avez-vous des circuits de collecte ou des pistes de revalorisation ? ...

## 2. Main d'œuvre et équipement

2.1. Concernant votre main d'œuvre, considérez-vous que votre capacité de production est en adéquation avec vos ressources humaines en nombre ou en qualité ? Pourquoi ?...

2.2. Quel(s) organisme(s)/entreprise(s) privilégiez-vous pour vous aider dans ce cadre ?

2.3. Concernant vos équipements, avez-vous des difficultés pour assurer la maintenance de vos machines ou pour vous en procurer de nouvelles ? Quel(s) organisme(s)/entreprise(s) privilégiez-vous pour vous aider dans ce cadre ? ...

## VII. Relations avec les autres acteurs

1. Vers quels structures/partenaires vous tournez-vous pour vous accompagner dans votre activité et votre développement ?

2. Avez-vous une ou des problématiques particulières en matière d'accompagnement? ...

## VIII. Relations avec le Pôle Cuir

1. Connaissez – vous le Pôle Cuir ? Si oui, dans quel cadre ? Quelle en est votre perception ?...
2. Souhaitez-vous être ou êtes-vous membre du Pôle Cuir ? ...
3. Quelle(s) en est/sont la/les raison(s) ? ...

## IX. Conclusion

A la suite de cette phase d'entretien que nous venons d'effectuer, nous allons organiser avec l'Ecole d'Ingénieurs de Purpan des séances de réflexion vers le mois de Juin. Ceci pour restituer les résultats des entretiens et pour vous permettre de partager votre point de vue de la filière cuir avec les différents acteurs de celle-ci. Le but de ce groupe de travail est d'aboutir à un diagnostic partagé de la filière.

Seriez-vous intéressé pour participer à l'une de ces séances de réflexion ? Si oui quelle serait la période et l'endroit adéquats pour vous pour l'organisation de cet atelier ? ...

# Guide d'entretien : Acteur Institutionnel

Date et Heure :

Lieu :

## I. Présentation du cadre du stage et les objectifs de l'entretien

Bonjour, merci d'avoir accepté de participer à cet entretien. Je m'appelle Estelle Peltier et je suis actuellement en double diplôme en Management et Administration des entreprises à l'Université de TSM et en agronomie à l'École d'Ingénieurs de Purpan à Toulouse.

Cet entretien s'inscrit dans le cadre d'un projet de recherche porté par l'École d'Ingénieur de Purpan et financé par la région Occitanie. Ce projet s'intitule FAVA (Filières Agricoles à forte Valeur Ajoutée) et a pour but d'étudier la redynamisation de trois filières emblématiques de la région à savoir : le cuir, la laine et le chanvre textile.

Dans le cadre de mon stage de fin d'études, je participe donc à ce projet en me focalisant exclusivement sur la filière Cuir en Occitanie. Mon étude a pour objectif de réaliser un diagnostic de la filière Cuir régionale (acteurs impliqués dans la filière, leurs interactions et modes d'organisation, les formes de valorisation du cuir, les enjeux actuels de la filière régionale, etc.) et d'identifier quels seraient les freins et les leviers à son développement. Pour mener à bien cette mission, ce projet de recherche est conduit en partenariat avec le Pôle Cuir qui réfléchit à ces questions en lien avec une diversité d'acteurs du cuir. Pour conduire ce travail, Je suis accueillie dans les locaux de la CCI Aveyron à Millau.

L'entretien portera sur plusieurs thématiques en lien avec cette étude et durera une heure environ. Les informations sur lesquelles nous échangerons seront anonymisées et utilisées uniquement dans le cadre de cette étude et ne seront en aucun cas divulguées à des concurrents.

## II. Fiche d'Identité de l'interviewé

1. Nom, Prénom :
2. Poste :
3. Parcours professionnel :

### III. Fiche d'Identité de l'entreprise/organisme

1. Date de création :
2. Dirigeant/responsable :
3. Localisation :
4. Quel(s) est/sont votre/vos domaine(s) d'activité ? Vos missions et vos projets ?...
5. Votre organisme est composé de quel type d'acteurs ? Et, comment fonctionnez-vous (adhésion, cotisation, etc.) ? ...

### IV. Avis / Perception de la filière Cuir

1. Quelle est votre perception actuelle de la filière ? ...





7. Avez-vous des idées pour y faire face ? ...
8. Selon vous, si vous deviez noter l'avenir de la filière régionale sur 10 (1 = très mauvais à 10 = très bon) quelle serait votre note ? Pourquoi ? ...
9. Êtes-vous en relation avec d'autres acteurs de la filière Cuir ? Si oui, lesquels, à quel niveau (local, régional, national, etc.) et dans quel cadre (quelle forme) ? Sinon, pourquoi ? ...
10. Pensez-vous jouer un rôle dans l'avenir de la filière ? Si oui, de quelle manière (participation à des événements, implication dans des associations) ? ...
11. Connaissez – vous le Pôle Cuir ? Si oui, dans quel cadre ? ...



## V. Conclusion

A la suite de cette phase d'entretien que nous venons d'effectuer, nous allons organiser avec l'Ecole d'Ingénieurs de Purpan des séances de réflexion vers le mois de Juin. Ceci pour restituer les résultats des entretiens et pour vous permettre de partager votre point de vue de la filière cuir avec les différents acteurs de celle-ci. Le but de ce groupe de travail est d'aboutir à un diagnostic partagé de la filière.

Seriez-vous intéressé pour participer à l'une de ces séances de réflexion ? Si oui quelle serait la période et l'endroit adéquats pour vous pour l'organisation de cet atelier ?

Annexe 5 : Liste des personnes enquêtées lors de la première phase de collecte de données

Code (N°)	Poste	Ancienneté de l'organisme	Secteur d'Activité
1	Dirigeant(e) / Fondateur(rice)	Moins de 5 ans	Ganterie
2	Dirigeant(e)	Plus de 10 ans	Ganterie
3	Dirigeant(e)	Plus de 10 ans	Sellerie
4	Dirigeant(e) / Fondateur(rice)	Plus de 10 ans	Maroquinerie
5	Dirigeant(e) / Fondateur(rice)	Plus de 10 ans	Maroquinerie
6	Dirigeant(e) / Fondateur(rice)	Plus de 10 ans	Cordonnerie
7	Dirigeant(e) / Fondateur(rice)	Plus de 10 ans	Maroquinerie
8	Dirigeant(e)	Plus de 10 ans	Sellerie
9	Dirigeant(e) / Fondateur(rice)	Moins de 5 ans	Chaussure
10	Dirigeant(e) / Fondateur(rice)	Moins de 5 ans	Chaussure
11	Dirigeant(e)	Plus de 10 ans	Ganterie
12	Dirigeant(e)	Plus de 10 ans	Tannage
13	Dirigeant(e)	Plus de 10 ans	Tannage
14	Dirigeant(e)	Plus de 10 ans	Tannage
15	Acheteur(se) Cuir et Chef(fe) de projet RSE	Plus de 10 ans	Maroquinerie
16	Dirigeant(e)	Plus de 10 ans	Tannage
17	Dirigeant(e) / Fondateur(rice)	Moins de 5 ans	Chaussure
18	Ancien président et Directeur d'établissements	Plus de 10 ans	Autre
19	Inspecteur(rice) général de santé publique vétérinaire	Entre 5 et 10 ans	Abattage
20	Dirigeant(e) / Fondateur(rice)	Plus de 10 ans	Maroquinerie
21	Dirigeant(e) / Fondateur(rice)	Plus de 10 ans	Maroquinerie
22	Dirigeant(e)	Plus de 10 ans	Tannage
23	Consultant(e) RSE	Plus de 10 ans	Autre
24	Dirigeant(e)	Plus de 10 ans	Abattage
25	Dirigeant(e) de secteur	Plus de 10 ans	Collecte / Négoc
26	Référent(e) Textile, Laine et Cuir et Chargé(e) de mission	Plus de 10 ans	Autre
27	Dirigeant(e) / Fondateur(rice)	Entre 5 et 10 ans	Autre
28	Dirigeant(e)	Plus de 10 ans	Abattage
29	Coordinateur(rice) Filières Amont	Plus de 10 ans	Abattage
30	Chef(fe) de projet Innovations	Plus de 10 ans	Autre
31	Dirigeant(e)	Plus de 10 ans	Abattage
32	Autre	Plus de 10 ans	Autre

Annexe 6 : Grille utilisée pour la retranscription des entretiens sur Microsoft Excel

<b>RETRANSCRIPTION DES ENTRETIENS SEMI-DIRECTIFS</b>	
<b>N° Entretien</b>	
<b>Profil de l'organisme</b>	
Type d'acteur	menu déroulant : Acteur Aval / Acteur Amont / Acteur institutionnel Aval / Acteur institutionnel Amont / Autre
Ancienneté	menu déroulant : Moins de 5 ans / Entre 5 et 10 ans / Plus de 5 ans
Activités exercées	menu déroulant : exemples : sellerie, maroquinerie, etc.
<b>Conditions d'entretien</b>	
Lieu	format : [Nature du lieu], [CP] [Nom de la ville] exemple : Atelier, 31500 Toulouse
Date	format : JJ/MM/AAAA
<b>Stratégie de valorisation des produits et / ou services de l'organisme</b>	
Nombre de type de produits vendus	
Type de produits vendus	
Nombre de type de services rendus	
Type de services rendus	
Possession de marques ?	format : OUI / NON
Possession de certifications / labels ?	format : OUI / NON
Préciser : ...	
Présence d'une démarche qualité ?	format : OUI / NON
Préciser : ...	
Marché actuel (pour entreprises) OU	menu déroulant : Local / Régional / National / Européen / International
Public cible (pour autres organismes)	
Valeurs mises en avant	
Objectifs CT	
Objectifs LT	
<b>Organisation interne de l'organisme</b>	
<b>Distribution</b>	
Nombre de méthode de vente	
Type de méthode de vente utilisé	menu déroulant : Boutique en ligne / Boutique physique / Distribution par des maisons de luxe / Distributeurs, Revendeurs
	menu déroulant : Boutique en ligne / Boutique physique / Distribution par des maisons de luxe / Distributeurs, Revendeurs
	menu déroulant : Boutique en ligne / Boutique physique / Distribution par des maisons de luxe / Distributeurs, Revendeurs
<b>Communication</b>	
Possession d'un site internet ?	format : OUI / NON
Préciser : ...	

Présence sur les réseaux sociaux ?	format : OUI / NON
Préciser : ...	
Maîtrise des outils numériques ?	format : OUI / NON
Préciser : ...	
Autres outils de communication : ...	
<b>Fournisseurs et Approvisionnements</b>	
Fournisseurs	menu déroulant : Local / Régional / National / Européen / International
Besoins spécifiques	format : OUI / NON
Préciser : ...	
Relations commerciales	
Evolutions envisagées	
Gestion des déchets	
<b>Main d'œuvre et Equipements</b>	
Composition MOD	
Capacité de production suffisante en MOD	format : OUI / NON
Pourquoi ?	
Organismes d'appui : ...	
Capacité de production suffisante en machine	format : OUI / NON
Pourquoi ?	
Organismes d'appui : ...	
<b>Relations avec le Pôle Cuir et les acteurs institutionnels</b>	
Connaissance du Pôle Cuir ?	format : OUI / NON
En qualité de :	menu déroulant : Membre / Autre
Préciser : ...	
Relations avec quels acteurs institutionnels ?	
Pourquoi ?	
<b>Perception de la filière Cuir</b>	
<b>Niveau national</b>	
En 3 mots clés (1 -> 3)	
Points forts : ...	
Points faibles : ...	
Menaces et Enjeux : ...	
<b>Niveau régional</b>	
Note actuelle	menu déroulant : 1 à 10
Préciser : ...	
Note future	menu déroulant : 1 à 10
Préciser : ...	
Menaces et Enjeux : ...	
Idées pour y faire face : ...	

**Intéressé par une participation au focus group ? format : OUI / NON**

**Conditions : ...**

Annexe 7 : Liste des personnes invitées pour l'atelier participatif

<b>Prénom Nom</b>	<b>Type d'acteur OU Structures (pour les nouveaux participants invités)</b>
Lucie Heran	Aval
Caroline Krug	Aval
Olivier Fabre	Aval
Cédric Chambard	Aval
Patrick Mayet	Amont
Pierre-Georges Pelofi	Aval
Julien Hanchir	Aval
Alexandre Rousseau	Aval
Philippe Blanc	Aval
Jean-Pierre Romiguiet	Aval
Manuel Mercier	Aval
Delphine Teissedre	Aval
Lydie Bousquet	Aval
Jérôme Verdier	Aval
Sébastien Leclercq	Amont
Jean-Charles Duchêne	Aval
Paul Riner	Aval
Frédéric Salé	Aval
Jean-Luc Angot	Institutionnel Amont
Max Capdebarthes	Aval
Michael Ladet	Aval
Geoffrey Talpe	Aval
Sophie Julia	Amont
Pascal Julia	Amont
David Daffos	Amont
Marie-Laure Monier	Institutionnel Amont et Aval
Vincent Menny	Aval
Kevin Pruvost	Aval
Fabrice Rançon	Amont
Philippe Joucla	Aval
Dominique Chabanet	Institutionnel Amont
Éric Barnay	Amont
Paul D'Arras	Institutionnel Aval (Amont)
Frank Boehly	Aval
Anne-Laure Vabre	Amont
Atelier du Gantier	Aval
Christophe Malleret	Amont / Pézenas Abattoir
Jean-Philippe Lignon	Laine Aval
Pierre Arzac	Upra Lacaune
Julien Volpelier	Unicor Directeur général adjoint
Sandrine Bonnet	CCI Tarn / Graulhet Le Cuir animatrice
Manon Lilas	Chambre d'agriculture Aveyron
Katia Fersing	Directrice du musée Millau et Grands Causses

Aymeric Hédreul	Employé de Caroline Krug
Benoît Mingam	Région Occitanie
Caroline Humbert	Communauté de communes
Dominique Perez	
Grégory Covinhes	AD'OCC
Association des producteurs de lait de brebis	Association des producteurs de lait de brebis
Fabienne Bourgeois	OPCO21
Laetitia Raisin-Robert	Office de tourisme
Office de tourisme	Office de tourisme
Parc naturel régional des Grands Causses	Parc naturel régional des Grands Causses

## Annexe 8 : Capture d'écran du mail envoyé à l'ensemble des invités à l'atelier participatif

07/07/2022 17:23

Courrier - PELTIER Estelle - Outlook

### Atelier participatif FAVA - Invitation 24 juin

PELTIER Estelle <estelle.peltier@etudiants.purpan.fr>

Vr

À

Madame, Monsieur, Bonjour



Nous avons le plaisir de vous inviter à l'**atelier participatif** organisé dans le cadre du projet de recherche Filières Agricoles à forte Valeur Ajoutée (FAVA), porté par l'Ecole d'Ingénieurs de PURPAN (Toulouse) en collaboration avec le pôle Cuir Aveyron.

Cet atelier a pour objectif de vous restituer les principaux résultats de mon travail de stage de fin d'études.

Cette présentation sera suivie d'un temps d'échanges autour des perspectives de développement de la filière.

Date et lieu de l'atelier : le **vendredi 24 juin de 13h30 à 16h00** dans **les locaux de la Chambre du Commerce et de l'Industrie (CCI) à Millau**

<https://outlook.office.com/mail/AAMkADVkNTAyNTg0LTU1MzEiNGJmZi05YzY2LWl5ZTgyZjA4Yjc5YwAuAAAAA3KpDYk%2FXTYk3wnHESc...> 1/2

Voici le programme détaillé de l'après-midi :

- **13h30** - 14h00 : Accueil des participants autour d'un café
- 14h - 14h35 : Restitution
  - Présentation des principaux résultats (20 min)
  - Temps d'échanges (15 min)
- 14h35 - 15h30 : Travaux de groupe
  - Temps de réflexion par groupe : 20 à 25 minutes
  - Temps de restitution de la réflexion des groupes : 5 minutes par groupe
- 15h30 - **16h00** : discussion générale et clôture de l'atelier

Cette étape est cruciale pour la suite de nos travaux. Elle permettra de co-construire les actions à mener pour le développement de la filière Cuir Occitane.

Nous comptons vivement sur votre présence.

Veillez nous confirmer votre venue en retour de ce mail ou par téléphone au 06.51.24.98.61.

Au plaisir d'échanger avec vous le 24 juin prochain,

Bien cordialement,

**Estelle PELTIER**

Etudiante, Ecole d'Ingénieurs de Purpan  
101<sup>ème</sup> Promotion - 5<sup>ème</sup> Année  
Tel : +33651249861  
Mail : [estelle.peltier@etudiants.purpan.fr](mailto:estelle.peltier@etudiants.purpan.fr)  
LinkedIn : [linkedin.com/in/estelle-peltier](https://www.linkedin.com/in/estelle-peltier)





**RESULTATS ET ANALYSES ATELIER PARTICIPATIF N°1**  
**ETAT DES LIEUX ET PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE CUIR OCCITANE**

**Echanges entre les différents acteurs de la filière Cuir**

*Vendredi 24 juin 2022 – Salle de conférence de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Millau – de 13h30 à 16h30*

*13 participants*

**Introduction : programme et participants**

Déroulé :

- Accueil autour d'un café
- Présentation des premiers résultats du stage de fin d'études
- Vote à main levée : priorisation des thématiques à traiter
- Travail de groupe : réflexions autour d'une thématique par groupe
- Restitutions et présentations des posters
- Conclusion générale et débrief

Nom des participants :

Non adhérents au Pôle Cuirs et Peaux Aveyron		Adhérents au Pôle Cuirs et Peaux Aveyron	
AMONT	INSTITUTIONNEL	AVAL	
		Premiers transformateurs	Seconds transformateurs
Pierre ARSAC	Dominique CHABANET	Jean-Charles DUCHENE	Julien HANCHIR
Jean-Philippe LIGNON	Nadia BEDAR	Geoffrey TALPE	Manuel MERCIER
		Aymeric HEDREUL	Lucie HERAN (Présidente)
			Jean-Pierre ROMIGUIER
			Olivier FABRE
			Delphine TEISSEDE



*Figure 1 : Participants et animateurs de l'atelier participatif*

Pour amorcer l'atelier participatif, les animatrices et les observateurs se sont présentés :

- Estelle PELTIER, animatrice, en stage pour le projet FAVA
- Corinne MERCIER, co-animatrice, conseillère entreprises – Pôle Cuirs et Peaux Aveyron – EPV Occitanie et coordinatrice de la Chambre de Commerce et d'Industrie du site de Millau
- Hichem AMICHI, observateur, enseignant-chercheur à l'Ecole d'Ingénieurs de Purpan, coordinateur du projet FAVA
- Eléonore VERFAILLIE, observatrice, enseignante en marketing à l'Ecole d'Ingénieurs de Purpan, membre du projet FAVA



## Activité 1 : Présentation des premiers résultats du stage de fin d'études par Estelle Peltier

### Structuration de la présentation

**POLE CUIR AVEYRON**  
**CCI AVEYRON**  
**Le Sac du Berger Atelier**

**INP PURPAN ÉCOLE D'INGÉNIEURS**  
Sciences du vivant | Agriculture  
Agroalimentaire | Marketing | Management

**La Région Occitanie**  
Agriculture | Industrie | Commerce

# COMMENT REDYNAMISER LA FILIÈRE CUIR OCCITANE ?

Diagnostic de la filière Cuir régionale  
Projet Filières Agricoles à forte Valeur Ajoutée (FAVA)

Le 24 / 06 / 2022  
A la Chambre de Commerce et d'Industrie d'Aveyron, Millau

Estelle Peltier  
101<sup>ème</sup> Promotion

La première activité était la « restitution des résultats ». L'objectif de cette activité était de recontextualiser la filière Cuir à différents niveaux territoriaux et de présenter une synthèse des résultats obtenus lors de la première phase de collecte de données. Cette étape était essentielle en particulier pour les participants de l'atelier qui n'avaient pas été contactés lors de la première phase d'enquêtes du stage de fin d'études.



Figure 2 : L'installation des participants pour l'activité 1 « Présentation des premiers résultats »

## SOMMAIRE

### 1) Contexte général de la filière Cuir

- Contexte international
- Contexte national
- Contexte régional et Problématique

### 2) Méthodologie

- Présentation des étapes méthodologiques réalisées et en cours

### 3) Premiers Résultats

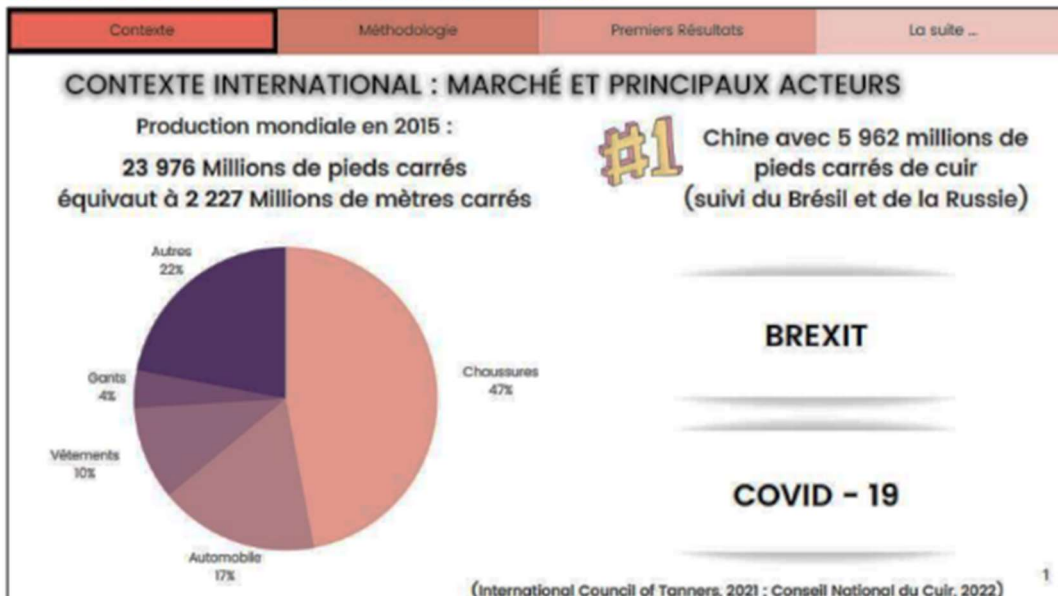
- Caractérisation des personnes enquêtées
- Perception globale de la filière Cuir
- Enjeux / menaces et freins : identification des thématiques principales à l'échelle régionale et à l'échelle nationale

### 4) Les dernières échéances ...

La présentation s'est structurée en 4 temps : le contexte de la filière Cuir et du projet FAVA, la méthodologie mise en place durant le stage de fin d'études, les premiers résultats obtenus (support de l'atelier participatif) et les échéances importantes antérieures et futures du stage.

Le contexte de la filière a été décliné en trois niveaux territoriaux : international, national et régional. La méthodologie a été présentée en distinguant les étapes réalisées et celles en cours ou en préparation. Parmi les premiers résultats présentés, il a été mis en avant les données essentielles au déroulement de la suite de l'atelier, c'est-à-dire la composition de l'échantillon enquêté, la reconstitution de la filière Cuir selon l'échantillon et les principaux enjeux auxquels fait face la filière (selon les dires d'acteurs enquêtés)

### Contexte de la filière Cuir selon 3 niveaux territoriaux

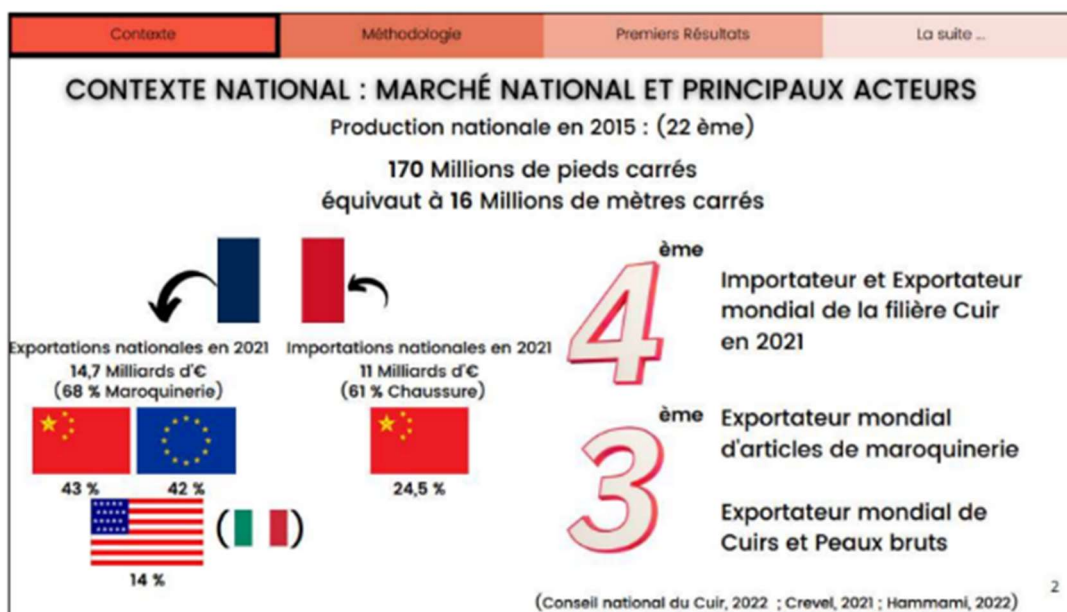


**Diapositive n°1 :** En 2015, la filière Cuir mondiale représente 23 976 millions de pieds carrés, soient 2 227 millions de mètres carrés. Cette même année, le cuir se destinait essentiellement à l'industrie de la chaussure à hauteur de 47% suivie par le secteur de l'automobile à 17% et du vêtement à 10%. Le premier pays producteur mondial de Cuir était la Chine avec 5 962 millions de pieds carrés de cuir (devant le Brésil et la Russie) (International Council of Tanners, 2021).

La filière mondiale a connu deux phénomènes importants.

Le premier est le Brexit du Royaume-Uni en 2020. Le retrait du Royaume Uni a eu effet important sur son commerce extérieur. Son commerce extérieur en Cuir a été fortement impacté avec un recul cumulatif de ses exportations de 61% tout secteur confondu entre 2019 et 2021. En parallèle, la France a été impactée dans une moindre mesure avec une baisse des exportations de produits finis (chaussures, articles de maroquinerie et gants) vers le Royaume-Uni passant de 9% en 2019 à 4% en 2021 (Conseil National du Cuir, 2022a).

Le second phénomène, cette fois-ci beaucoup plus impactant pour la filière mondiale, a été la pandémie de la Covid-19 apparue en 2020. Ce dernier a fortement ralenti le commerce mondial avec la fermeture des frontières et l'augmentation des coûts de transport (fret maritime). En 2021, la situation commerciale de la filière tend à rejoindre son niveau de 2019. Pour la France, cette phase de déclin puis de croissance se sont traduites par une baisse de 15% des importations et de 9% des exportations en 2020, puis par une augmentation de 14% des importations et de 23% des exportations en 2021 (Conseil National du Cuir, 2022a).







**Diapositive n° 2 :** Après une brève présentation du contexte international, il a été question du contexte national actuel avec une visualisation des flux de marchandises françaises.

Si la France n'est que le 22<sup>ème</sup> pays producteur mondial de Cuir avec 170 millions de pieds carrés produits en 2015, elle reste cependant un des pays leaders en importations et en exportations. En 2021, elle est classée comme 4<sup>ème</sup> exportateur et importateur mondial de Cuir tout secteur confondu et 3<sup>ème</sup> exportateur mondial d'articles de maroquinerie et de cuirs et peaux bruts (Conseil National du Cuir, 2022a ; International Council of Tanners, 2021).

En se concentrant sur son commerce extérieur, il est aussi constaté que son bilan est excédentaire avec des importations qui s'élèvent à 11 milliards d'€ contre 14,7 milliards d'€ pour ses exportations. Ses importations sont essentiellement faites dans l'industrie de la chaussure à hauteur de 61% et son principal fournisseur est la Chine à 24,5% (soient 2,7 milliards d'€). A contrario, ses exportations sont constituées à 68% d'articles de maroquinerie dont les principaux clients sont l'Asie (dont la Chine) et les Etats-Unis. L'Europe est également un des principaux clients de la France puisqu'il représente 42% de ses exportations. Les principaux pays européens auxquels les exportations françaises se destinent sont l'Espagne, l'Italie et l'Allemagne. Une parenthèse a été faite, lors de la présentation, sur les rapports privilégiés entretenus entre la France et l'Italie en matière d'échanges de cuirs et peaux bruts. L'Italie totalise, en 2021, ¼ des exportations françaises de cuirs et peaux bruts en lien avec son activité fortement développée autour des tanneries et des mégisseries (Conseil National du Cuir, 2022a).

Pour finir, cette diapositive a permis de rappeler le fort atout économique détenu par la France au travers de ses entreprises de Luxe nommées les KHOL pour Kering, Hermès, l'Oréal Luxe et LVMH. Ces KHOL ont été comparés aux GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft) des Etats-Unis (Crevel, 2021 ; Hammami, 2022 ; Piquard, 2021).

Contexte	Méthodologie	Premiers Résultats	La suite ...
----------	--------------	--------------------	--------------

## CONTEXTE NATIONAL : ORGANISATION DES ACTEURS

Structuration de la filière nationale entre 3 types d'organismes :

- 1) Le Conseil National du Cuir (CNC) : appui politique
- 2) Le Centre Technique du Cuir : appui technique, économique et technologique
- 3) Fédérations, interprofessions et syndicats pour l'ensemble des secteurs d'activité autour du Cuir réunis en tant que membres du CNC

(Conseil National du Cuir, 2022) 3

**Diapositive n°3 :** Il a été question de mettre en avant quelques observations faites durant mon stage de fin d'études comme sur cette diapositive avec la structuration nationale de la filière. Celle-ci se manifeste au travers de trois types d'organismes : le Conseil National du Cuir (CNC), appui politique et de communication pour la filière nationale, le Centre Technique du Cuir (CTC), appui technique, technologique et économique, et les fédérations ou autres types d'organismes (confédérations, syndicats, ...) réunissant par secteurs d'activités et maillons de la filière Cuir les différents acteurs.

Ce 3<sup>ème</sup> type d'organismes est composé de 21 entités de la production de la peau à la distribution de produits finis en cuir. Elles sont toutes fédérées au sein du CNC (Conseil National du Cuir, 2022b).

Contexte	Méthodologie	Premiers Résultats	La suite ...
----------	--------------	--------------------	--------------

## CONTEXTE NATIONAL : PRINCIPAUX ENJEUX

Communiqué de Presse de Janvier 2022 fait par le Conseil national du Cuir

Enjeux de sociaux et environnementaux => RSE

Enjeux de communication

Enjeux d'emploi et de formation

Enjeux économiques et techniques

4

**Diapositive n°4 :** La présentation du contexte national a été clôturée avec la mention des enjeux identifiés par le CNC lors de la formulation de leurs vœux en janvier 2022. Ce communiqué de presse mettait en avant 4 thématiques d'enjeux : la responsabilité sociale des entreprises (au travers



d'enjeux sociaux et environnementaux), l'emploi et la formation, la communication et la compétitivité économique et technique des entreprises (Conseil National du Cuir, 2022c).


Contexte	Méthodologie	Premiers Résultats	La suite ...
<b>ET L'OCCITANIE ?</b>			
<b>Deux pôles d'élevage en Occitanie</b>			
Deux pôles de production de Cuir historiques qui ont subi un fort déclin dans les années 70			
Sauvegarde du métier de tannerie et mégisserie via la production de Cuir haut de gamme jusqu'à nos jours			
Emergence d'entreprises, d'initiatives et regain de l'industrie du Cuir			
Association Pôle Cuirs et Peaux de l'Aveyron créée en 2015 œuvre pour le développement de la filière cuir			

**Diapositive n° 5 :** La région Occitanie a comme particularité d'être composée de deux pôles d'élevage : un composé des Pyrénées-Orientales, des Hautes-Pyrénées, de l'Ariège et du Sud de la Haute-Garonne, et un composé de l'Aveyron, du Lot et de la Lozère. Ils coïncident respectivement avec les deux zones montagneuses régionales : les Pyrénées et le Massif Central.

Cette particularité accompagne en partie la répartition des pôles historiques de production du Cuir situés à Millau dans le département aveyronnais et à Graulhet et Mazamet dans le département du Tarn. Ces deux pôles Cuir ont connu un fort développement économique (augmentation du nombre de manufactures et d'emploi autour des métiers du Cuir) notamment à Millau avec l'âge d'or de la ganterie, dans les années 30 d'après-guerre. Dans les années 70, la mondialisation et la délocalisation de la production du cuir et des manufactures signent le déclin de la filière Cuir régionale (Baillon, 1989 ; Chapuis, 2007 ; Pliez, 2021 ; Di Mèo, 1984 ; François, 1939 ; Matas, 2019).

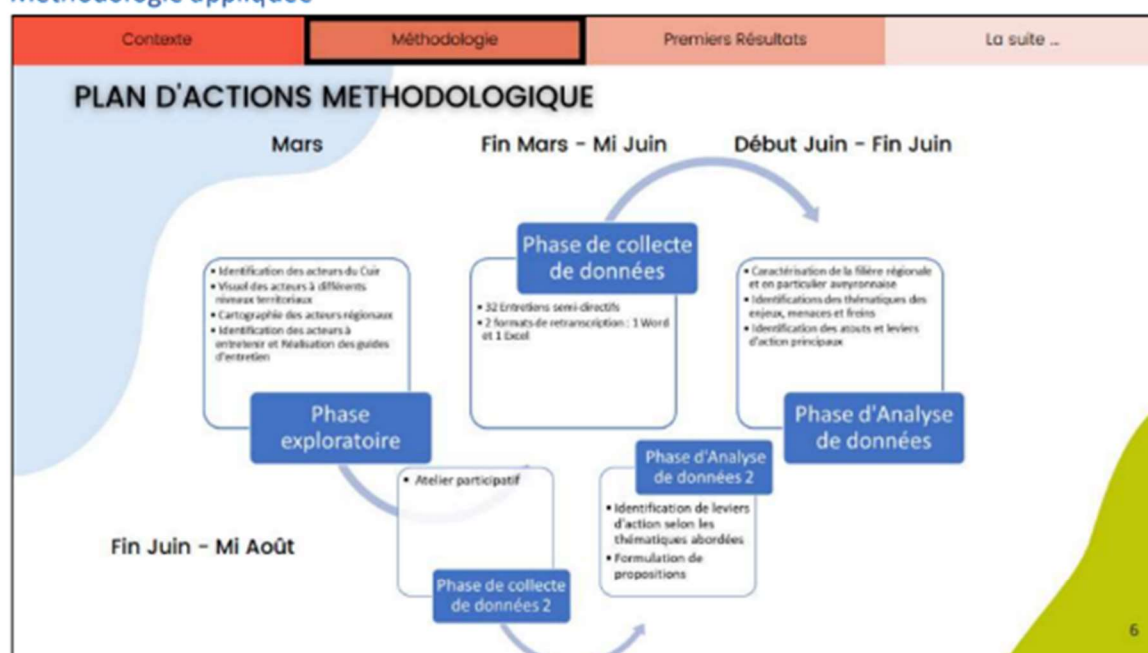
Seules quelques entreprises, en particulier des tanneries et des mégisseries, se sont pérennisées par la montée en gamme de leurs productions. La conservation du métier de tanneur / mégissier est visible : 16 sur 39 tanneries / mégisseries en France sont en Occitanie en 2020 (soient 41%). Malgré ce nombre important de tanneries, leur activité économique n'est pas proportionnelle à leur importance en nombre puisqu'elles ne représentent que 21% des effectifs nationaux de cadres, ETAM et ouvriers au cours de la même année (Conseil National du Cuir, 2020).

Aujourd'hui, de nouvelles entreprises émergent ainsi que des initiatives régionales comme Graulhet Le Cuir ou le Pôle Cuirs et Peaux Aveyron. La filière Cuir régionale a donc été intégrée au projet de recherche « Filières Agricoles à forte Valeur Ajoutée » (FAVA) au même titre que la filière laine et chanvre.

Contexte	Méthodologie	Premiers Résultats	La suite ...
<h2>ET L'OCCITANIE ?</h2> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;">  </div> <div style="width: 50%;"> <p>Une relocalisation partielle ou totale de la filière cuir est-elle alors possible et souhaitée sur le territoire de l'Occitanie ?</p> <p>Quels sont les freins et les leviers pour la structuration d'une filière cuir territorialisée ?</p> <p><b>BUT :</b> Diagnostic de la filière Cuir régionale sur les acteurs présents, la compréhension de leur logique et de leur stratégie</p> </div> </div>			

Contexte	Méthodologie	Premiers Résultats	La suite ...
<h2>ET L'OCCITANIE ?</h2> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;">  </div> <div style="width: 50%;"> <p>Une relocalisation partielle ou totale</p> <p><u>Problématique</u></p> <p>Peut-on développer une filière cuir régionale en Occitanie, de la valorisation des peaux d'animaux élevés sur le territoire jusqu'à la fabrication de produits finis ?</p> <p>leur stratégie</p> </div> </div>			

**Diapositive n° 5 :** A la suite de la présentation du projet FAVA, il en a découlé une présentation du cadre de mon stage de fin d'études et de sa problématique : « peut-on développer une filière cuir régionale en Occitanie, de la valorisation des peaux d'animaux élevés sur le territoire jusqu'à la fabrication de produits finis ? ». Pour répondre à cette problématique, la méthodologie a été présentée comme suit.



**Diapositive n°6 :** En ayant commencé mon stage le lundi 28 février 2022, 3 phases de travail ont été réalisées :

- La phase exploratoire (durant tout le mois de mars) dont le but était de comprendre comment est fait le Cuir et d'identifier les différents acteurs et maillons de la filière Cuir nationale et régionale
- La 1<sup>ère</sup> phase de collecte et d'analyse de données (de fin mars à fin juin) pour recueillir la perception des acteurs sur la filière Cuir et sa possible reterritorialisation en Occitanie au travers d'une :
  - Collecte de données : 32 entretiens semi-directifs
  - retranscription systématique de tous les entretiens en formats Word et Excel.
  - Analyse de données : analyse thématique horizontale
- La 2<sup>nde</sup> phase de collecte et d'analyse de données (de fin juin à fin août) est en train d'être initiée avec les participants de l'atelier participatif



Contexte      Méthodologie      Premiers Résultats      La suite ...

## IDENTIFICATION DES ACTEURS DE LA FILIÈRE CUIR

Via le Site du Conseil National du Cuir et de la Fédération Française de la Tannerie et Mégisserie

```

graph LR
    A["Éleveurs  
(acteur essentiel de la qualité de la peau)"] --> B["Abattoirs  
(valorisation du 5ème quartier)  
XX sites"]
    B --> C["Collecte, Triage et négoce  
(redirection des peaux en fonction de leur qualité)  
XX entreprises"]
    C --> D["Tanneries-Mégisseries  
(passage de la peau en cuir)  
XX sites"]
    D --> E["Manufactures  
XX entreprises"]
    E --> F["Boutiques"]
  
```

Partie charnière pour passer de la Production à la Filière Cuir

7

Contexte      Méthodologie      Premiers Résultats      La suite ...

## CARTOGRAPHIE DES ACTEURS RÉGIONAUX DE LA FILIÈRE CUIR

Recherches bibliographiques des manufactures :

- Site internet : Graulhet le Cuir et de ses adhérents
- Site internet : Journée du cuir à Graulhet de 2019
- Site internet : Gant de France, fédération française de la ganterie
- Données de l'étude du Massif Central de 2019
- Autres sites internet sur les entreprises de la maroquinerie et des métiers d'art en Occitanie

Recherches bibliographiques des tanneries, mégisseries et négociants collecteurs :

- Site internet : Fédération française de la tannerie mégisserie (FFTM)
- Site internet : Fédération française des cuirs et peaux (FFCP)

Recherches bibliographiques des lieux de formation :

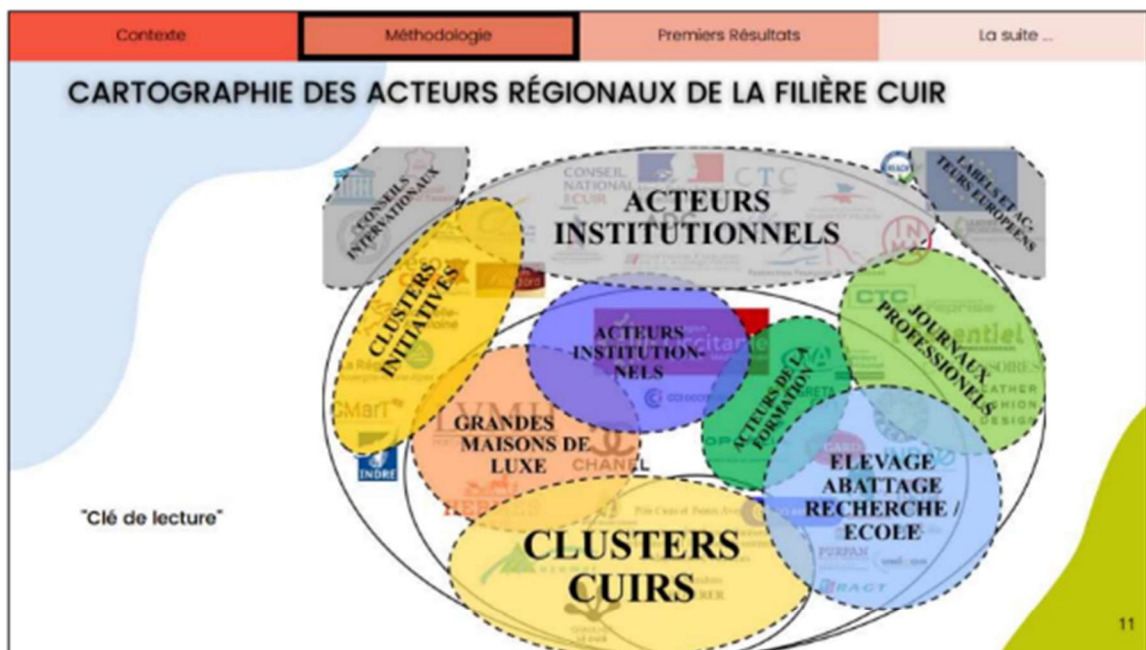
- Site internet : Conseil national du Cuir (CNC)
- Site internet : Pôle Emploi avec les mots clés : "cuir" et "peau" filtrés en Occitanie

Recherches bibliographiques des abattoirs :

- Recensement des abattoirs par la DRAAF de 2020
- Données de l'étude du Massif Central de 2019

8

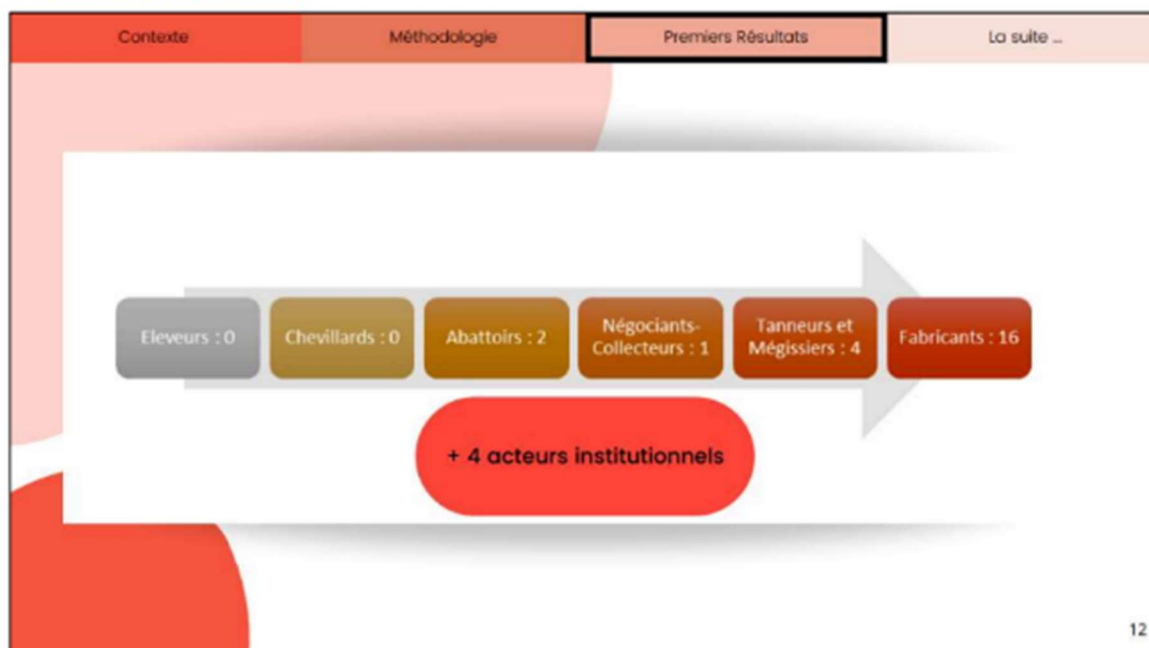




Parcours des différents travaux réalisés durant la phase exploratoire :

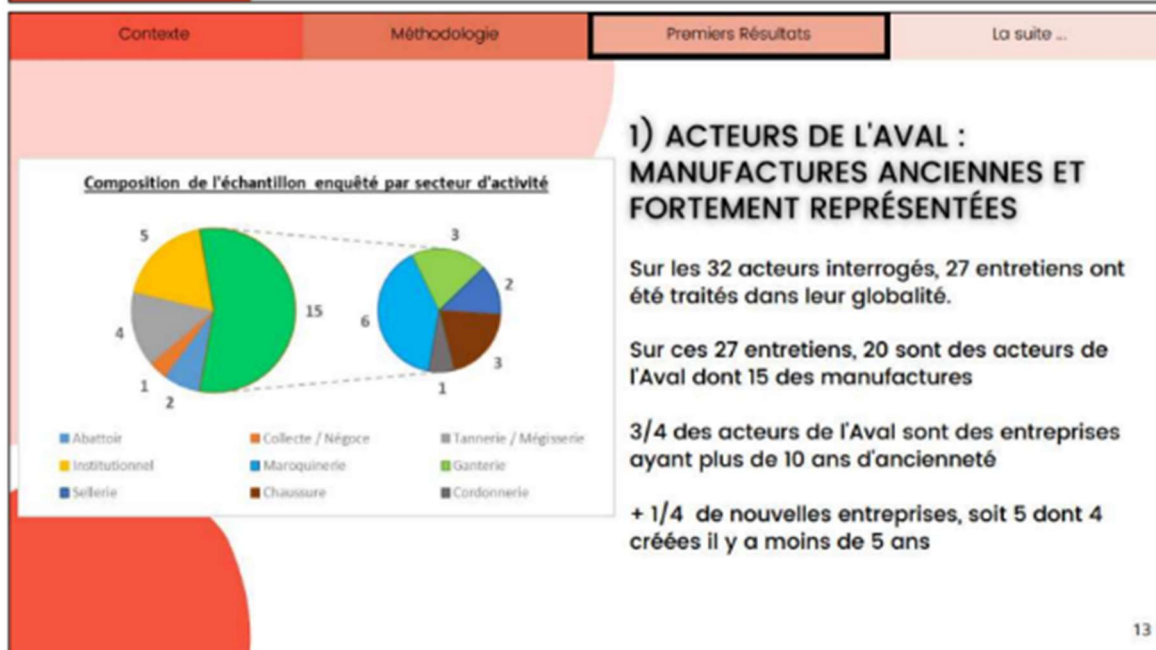
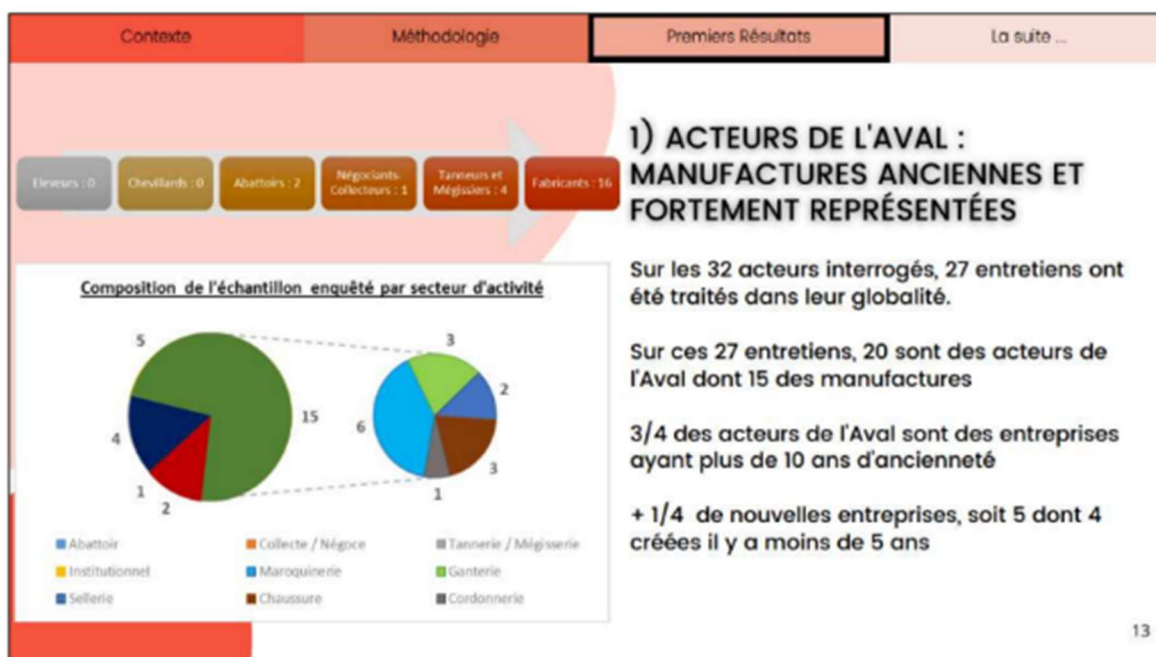
- **Diapositive n°7 :** la construction d'un schéma filière qui identifie les différents maillons de celle-ci.
- **Diapositive n°8 et 9 :** la cartographie des acteurs régionaux selon les différents maillons de la chaîne de production des produits finis en cuir en incluant les centres de formation.
- **Diapositive n°10 et 11 :** la construction d'un panorama visuel des acteurs de la filière par type d'actions et niveau de territorialisation (local, régional, national, européen et international).

## Premiers résultats



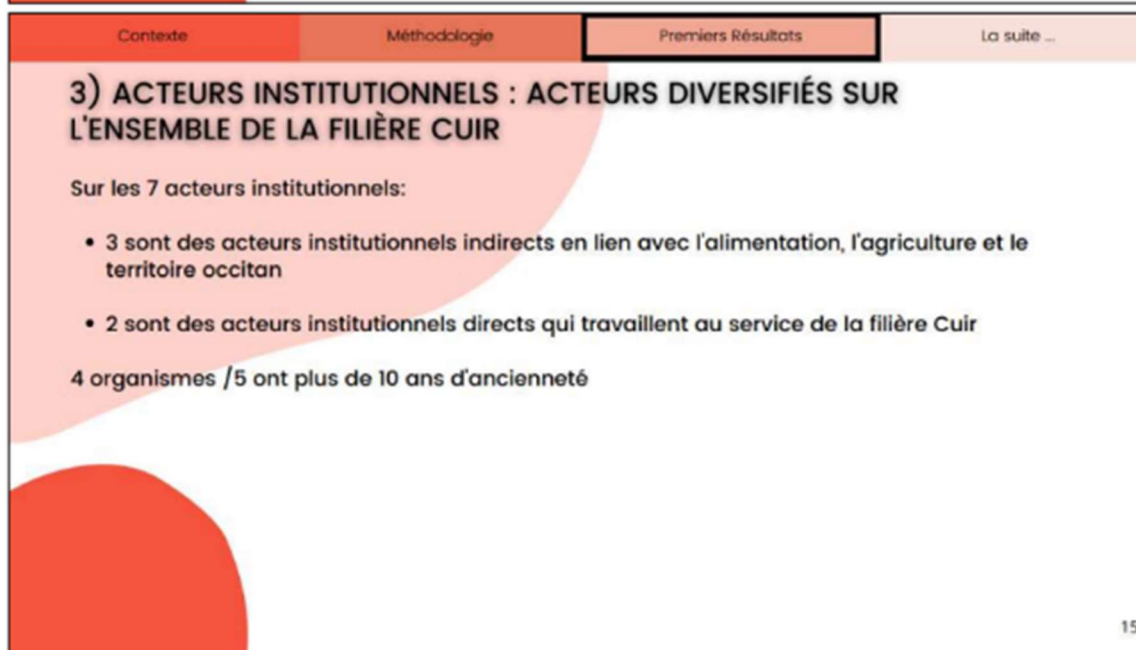
**Diapositive n°12** : Les entretiens ont été menés auprès de 32 personnes répartis comme le montre la diapositive ci-dessus. Ici, on ne comptabilise que 27 personnes sur les 32 interrogés car les 5 manquants constituent des entretiens qui peuvent être qualifiés d'incomplets.





**Diapositive n° 13 :** A la vue des personnes enquêtées, l'Aval de la filière est la partie la plus prise en compte au sein de l'étude : 20 entretiens sur 27 au total correspondent à des acteurs de l'Aval. De plus, ¾ des acteurs de l'Aval sont des entreprises de plus de 10 ans d'ancienneté, le ¼ restant correspond à 4 entreprises de moins de 5 ans et 1 ayant entre 5 et 10 ans.

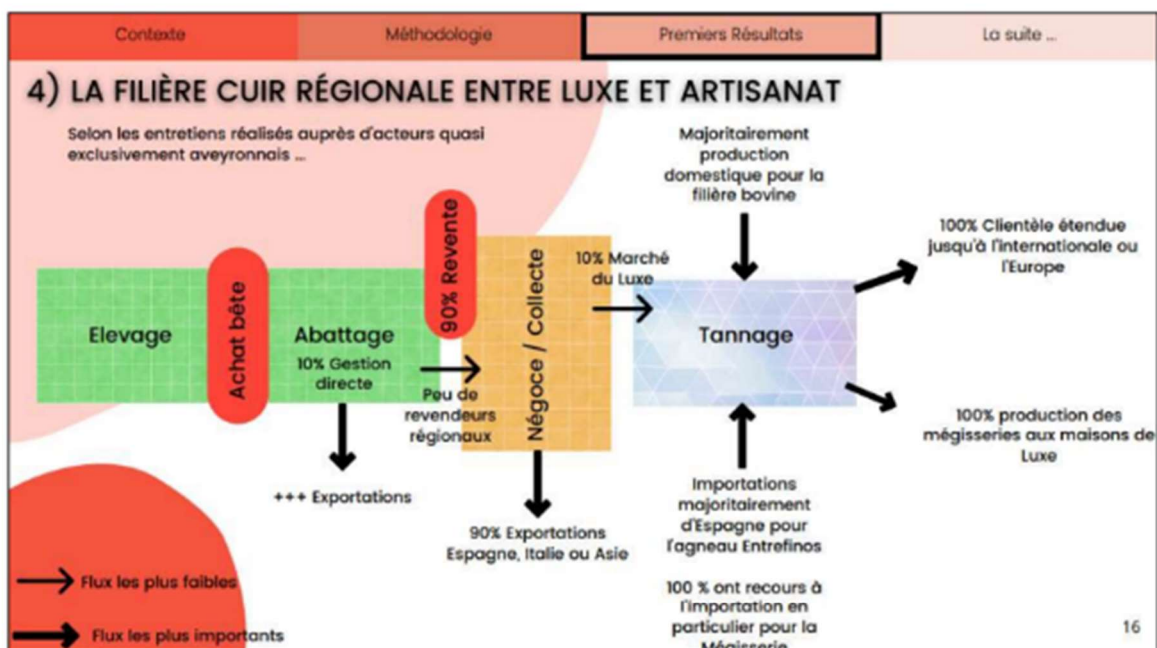
Les manufactures représentent 15 personnes sur les 20 acteurs de l'Aval, les manufactures anciennes sont les entreprises les plus représentées dans notre échantillon. Parmi elles, les trois secteurs d'activité les plus répandus sont la maroquinerie, la ganterie et la chaussure.



**Diapositives n°14 :** Les acteurs de l'Amont sont les plus minoritaires au sein de l'étude puisqu'ils ne sont que 3 sur 27 au total (dont 2 abattoirs et un unique négociant – collecteur).

**Diapositives n°15 :** Les acteurs institutionnels de la filière sont plutôt diversifiés au sein de l'étude puisqu'ils sont :

- 3 à être des acteurs indirects rattachés aux domaines de l'alimentation, et/ou de l'agriculture, et/ou au territoire occitan.
- 2 à être des acteurs directs travaillant au service de la filière Cuir nationale.
- 2 acteurs institutionnels supplémentaires sont directs et exercent les métiers de tanneurs / mégissiers. Pour le traitement des résultats, ces deux acteurs ont été comptabilisés au sein des acteurs de l'Aval et non en tant qu'acteurs institutionnels.



**Diapositive n°16 :** Grâce aux 27 entretiens traités, un schéma de la filière régionale a été reconstitué rassemblant toutes les informations collectées.

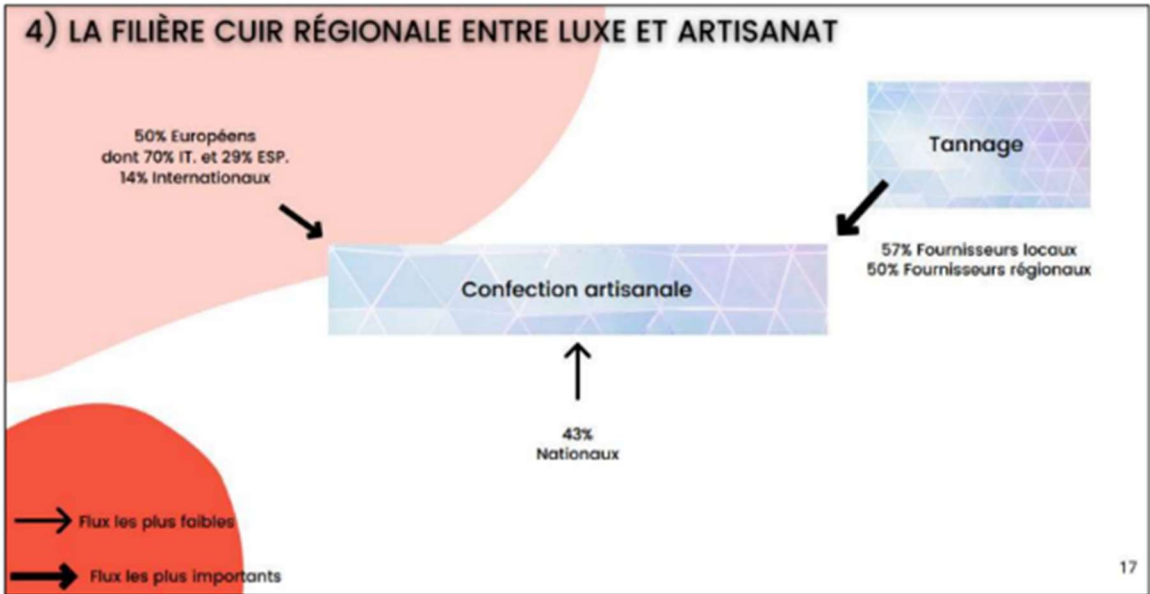
Nous constatons que l'achat de bêtes est assuré par les chevillards. Ces chevillards vont confier les bêtes aux abattoirs qui assurent une prestation d'abattage, de découpe et de traitement (salage et pliage) des peaux. Dans 90% des cas, les peaux seront restituées aux chevillards qui assureront eux-mêmes l'expédition des peaux par le client. Dans 10% des cas, l'abattoir est en charge de la valorisation des sous-produits. La grande majorité des peaux est exportée puisqu'il n'existe que très peu de revendeurs (négociants - collecteurs) régionaux.

Le négociant-collecteur interrogé estime que seulement 10% des peaux brutes françaises se destinent aux marchés de luxe français, les autres sont exportées en Espagne, en Italie ou en Asie. Ces peaux subiront soit uniquement le travail de rivière et reviendront en France pour y être retannées et finies, soit seront complètement tannées à l'étranger et reviendront pour permettre la confection de produits finis.

Les tanneries et les mégisseries interrogées mettent en avant le fait qu'il existe une différence d'origines d'approvisionnement selon les types de peaux travaillées. Les mégisseries travaillant les peaux d'agneaux auront des approvisionnements construits autour de l'importation de peaux d'Entrefinos espagnols. Les tanneries travaillant la peau de bovins auront recours à une production domestique (la filière est plus nationalisée). L'importation reste une action menée par l'ensemble des enquêtés mais plus fortement par les mégisseries.

La clientèle de l'ensemble des tanneries et des mégisseries se constitue à une échelle européenne voire internationale. Sur les 3 mégisseries interrogées, les 3 produisent des cuirs hauts-de-gamme et ont pour débouchés principaux des maisons de Luxe.





**Diapositive n°17 :** Il est apparu plus pratique de présenter les approvisionnements des fabricants artisanaux rencontrés en aparté. En effet, 8/15 artisans ont recours à des fournisseurs (tanneries et mégisserie) locaux (dans le département de l’Aveyron) et 7/15 à des fournisseurs régionaux (dans la région Occitanie hors Aveyron). Ainsi, malgré le fait que les volumes ne permettent pas aux fournisseurs d’atteindre une rentabilité, un marché parallèle existe entre les fournisseurs de cuirs hauts-de-gamme régionaux et les artisans.

Il est important de noter que les pourcentages ne sont pas cumulatifs puisqu’un artisan peut avoir recours à différents fournisseurs territoriaux.







**Diapositive n°20 :** 7 thématiques ont été identifiées au sein des enjeux et des freins nationaux et régionaux.

Le premier thème abordé est l' « Approvisionnements en Cuirs et Peaux », il regroupe l'ensemble des idées propres à la peau et au cuir selon 4 sous-catégories : la qualité, la quantité, l'offre et les normes et labels.

La qualité fait référence à l'inadéquation qu'il existe entre les modes d'élevages, la peau produite, le traitement des peaux en abattoir et les besoins des manufactures de Luxe. La traçabilité est également une notion qui fait partie intégrante de la qualité du produit et qui permet de la développer.

La quantité fait référence à l'inadéquation entre les volumes de fonctionnement des acteurs de l'Aval. D'un côté, ceux nécessaires à la rentabilité des tanneries sont plus élevés que les volumes demandés par les artisans. D'un autre côté, les volumes nécessaires aux maisons de Luxe sont plus élevés que les capacités de production possibles des tanneries et des mégisseries. Ces inadéquations s'appuient d'une part, sur la disparition du travail de rivière, la petites tailles des entreprises, et d'autre part, sur les équipements anciens et les compétences insuffisantes en abattoirs.

L'offre segmentée vers le haut-de-gamme rend l'approvisionnement en cuirs des artisans difficiles face aux besoins des maisons de Luxe.

Les normes et les labels regroupent les idées qui traduisent, pour les tanneries et les mégisseries, la nécessité d'être dans les normes imposées par la loi française et européenne qui sont de plus en plus contraignantes, et dans les labels comme LWG qui sont devenus primordiaux pour travailler aujourd'hui avec les maisons de Luxe.

Contexte	Méthodologie	Premiers Résultats	La suite ...
<b>8) ANALYSE THEMATIQUE : 7 THÉMATIQUES IDENTIFIÉES</b>			
<b>Thème 2 : Dynamiques Collectives</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Rôle des grands groupes de Luxe au sein de la filière nationale et régionale ?<ul style="list-style-type: none"><li>◦ Mutualisation de certaines actions</li><li>◦ Investissements sur le territoire occitan</li><li>◦ Financements</li></ul></li><li>• Entraide et niveau territorial du rassemblement des acteurs (local, régional ou national uniquement)</li><li>• Obtention de financements</li><li>• Diversité des acteurs et de leurs besoins (forme d'illisibilité) VS. Manque de certaines entreprises : de délainage, de négociants-collecteurs, de fournitures, ...</li><li>• Dynamique faible et non attractive avec des pôles cuirs isolés, des signes de déclin de la production du cuir marqués et des initiatives isolées et sectorielles</li><li>• Région vaste et acteurs disséminés</li></ul>			
21			

**Diapositive n°21 :** Les « Dynamiques collectives » constituent la 2<sup>ème</sup> thématique abordée.

A travers cette thématique, les réflexions au sujet de la construction d'une dynamique collective sont exprimées en termes de niveau territorial : besoin d'une dynamique régionale, locale ou juste nationale ? Ensuite, cette dynamique a été exprimée en terme organisationnel : quels partenaires et financements ? quelle place pour les maisons de Luxe ?



Il est également ressorti que les dynamiques ou initiatives actuelles ne sont l'œuvre que de groupes isolés et sectoriels.

L'entraide est un état d'esprit sur lequel certains pensent qu'un travail tout particulier doit être amorcé.

Contexte	Méthodologie	Premiers Résultats	La suite ...
<b>8) ANALYSE THEMATIQUE : 7 THÉMATIQUES IDENTIFIÉES</b>			
<b>Thème 3 : Economie</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Dépendance aux maisons de Luxe et aux pays comme la Chine et l'Italie</li><li>• Renforcer la compétitivité des filières</li><li>• Ouverture du marché sur du moyen de gamme accessible aux consommateurs (prix de vente)</li><li>• Travail sur les coûts du cuir (MOD, temps, matières premières)</li><li>• Remise en question des débouchés du cuir (mais aussi de la laine), de la segmentation des produits en cuir (Marché pour le Cuir français ?, volumes industriels atteignables ?) et du sens de l'adaptation de la production (Aval =&gt; Amont ou Amont =&gt; Aval ?)</li><li>• Revalorisation de la peau d'agneau en sortie d'abattoir</li><li>• Concurrence des matières alternatives</li><li>• Positionnement de l'offre des artisans et Appauvrissement de l'offre des tanneries en lien avec l'intégration des tanneries aux groupes de Luxe</li><li>• Enjeux économiques différents pour l'ensemble des maillons de la filière Cuir</li><li>• Financements</li></ul>			
			22

**Diapositive n°22 :** L' « Economie » est une thématique qui regroupe les notions d'offre, de demande, de débouchés et de marché.

Ici, la réflexion des enquêtés est d'être sûrs que la filière régionale se fera sur un marché solide avec des débouchés concrets qui permettront de mobiliser des volumes significatifs et rémunérateurs pour les acteurs.

Contexte	Méthodologie	Premiers Résultats	La suite ...
<b>8) ANALYSE THEMATIQUE : 7 THÉMATIQUES IDENTIFIÉES</b>			
<b>Thème 4 : Emploi, Formation et Recrutement</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Attractivité du bassin d'emploi</li><li>• Sauvegarde des savoir-faire</li><li>• Promotion des métiers</li><li>• Recrutement et renouvellement générationnel</li><li>• Ecole et formation professionnelle</li><li>• Reprise et Création d'entreprises</li></ul>			
<b>Thème 5 : Image du Cuir et Communication</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Relation avec la filière animale / viande =&gt; véganisme, mouvements animalistes</li><li>• Mauvaises images des tanneries et des abattoirs</li><li>• Dérives du mot "Cuir" pour parler de ces matières alternatives (Frumat, Piñatex, ...)</li><li>• Communication sur les acteurs régionaux et rayonnement des pôles cuir régionaux</li><li>• Communication éleveurs - abattoirs - transformateurs</li></ul>			
			23

**Diapositive n°23 :** Le 4<sup>ème</sup> thème « Emploi, Formation et Recrutement » tourne autour de l'attractivité du bassin d'emploi, de la sauvegarde des savoir-faire, du renouvellement générationnel et de la reprise / création d'entreprise. D'autres idées exposées sur la diapositive ont été mentionnées brièvement.

Pour le 5<sup>ème</sup> thème « Image du Cuir et Communication », l'enjeu est de créer un discours face aux mouvements végans, animalistes et aux matières alternatives (en lien avec l'appartenance indirecte à la filière viande). Au travers de cette thématique, la communication vers les consommateurs et la communication intra-filière (des éleveurs aux fabricants en passant par les abattoirs) ressortent comme des axes d'amélioration.

Contexte      Méthodologie      Premiers Résultats      La suite ...

### 8) ANALYSE THEMATIQUE : 7 THÉMATIQUES IDENTIFIÉES

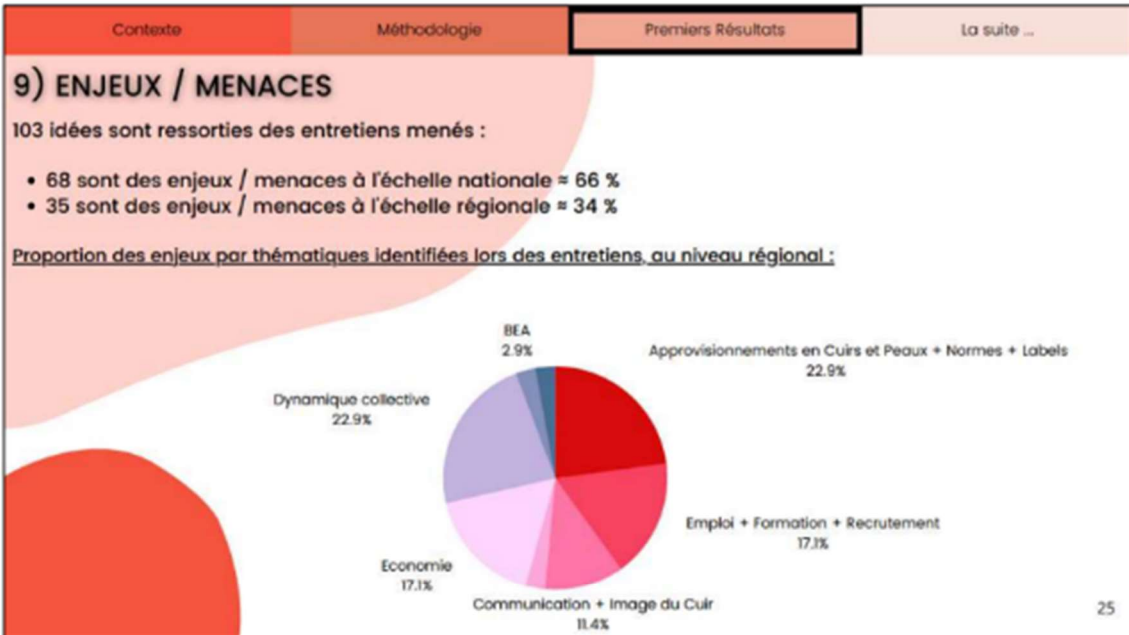
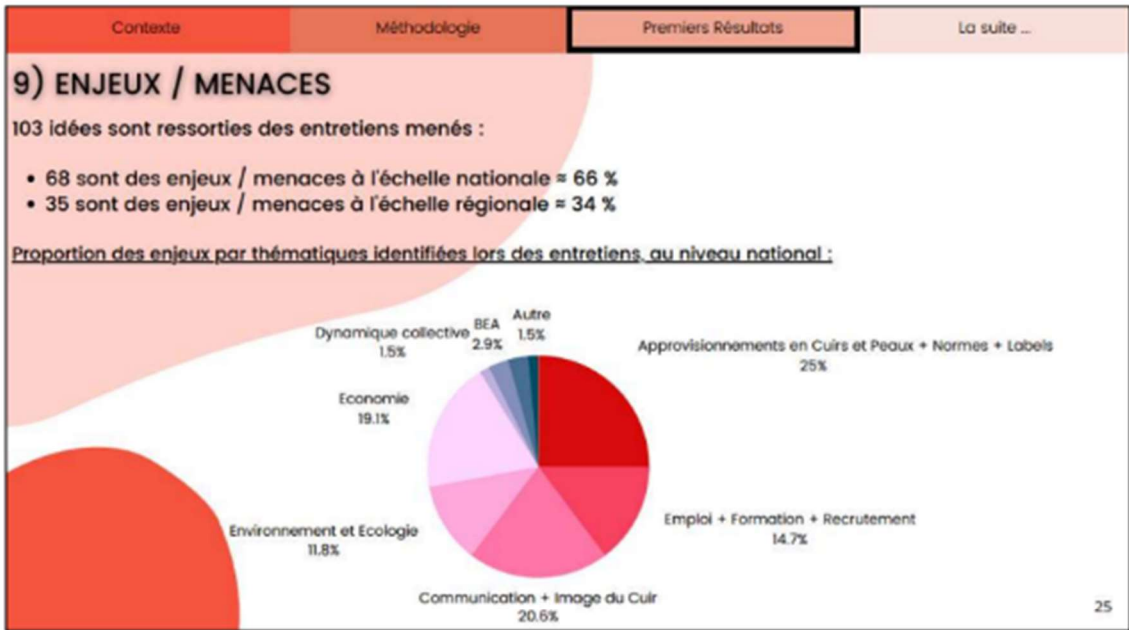
Thème 6 : Bien-être Animal

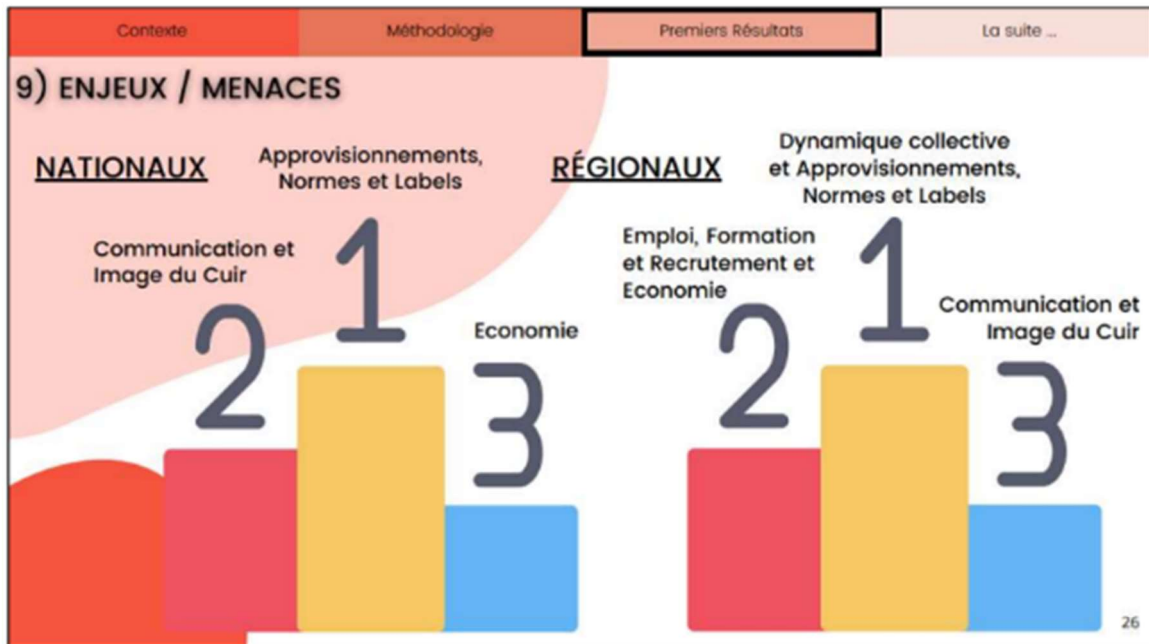
Thème 7 : Environnement / Ecologie

24

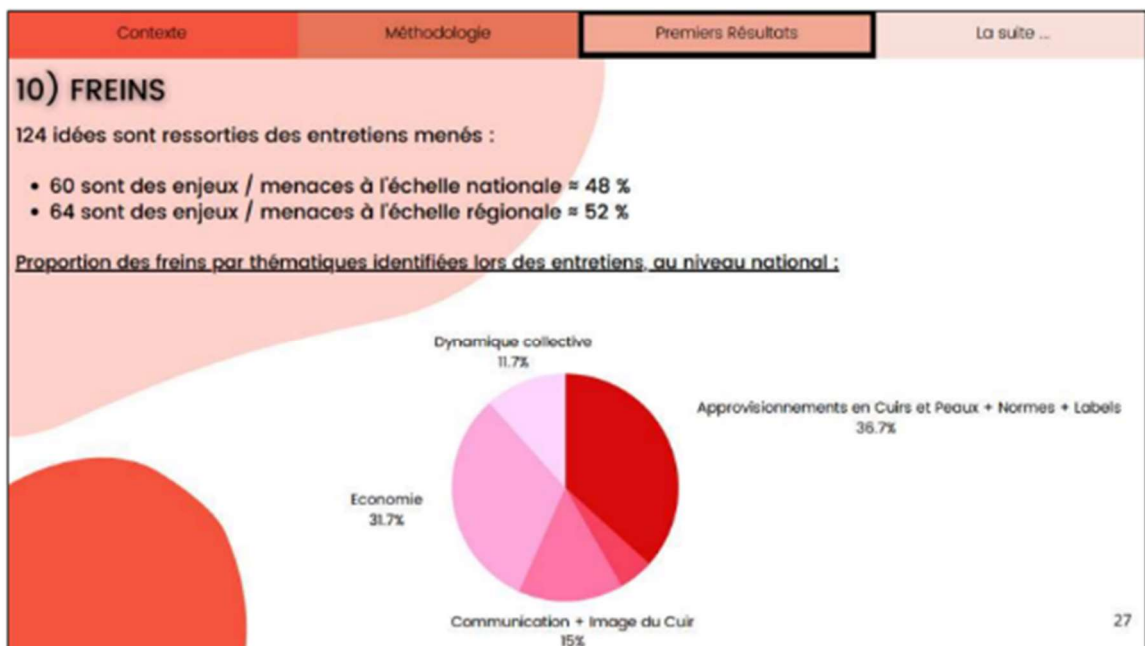
Detailed description: This is a slide titled '8) ANALYSE THEMATIQUE : 7 THÉMATIQUES IDENTIFIÉES'. It features a navigation bar at the top with four tabs: 'Contexte', 'Méthodologie', 'Premiers Résultats', and 'La suite ...'. The 'Premiers Résultats' tab is highlighted with a black border. The main content area contains two yellow callout boxes with rounded corners. The first box, on the left, contains the text 'Thème 6 : Bien-être Animal'. The second box, on the right, contains the text 'Thème 7 : Environnement / Ecologie'. The background of the slide is white with abstract, overlapping shapes in shades of red and pink. A small number '24' is located in the bottom right corner of the slide.

**Diapositive n°24 :** Le 6<sup>ème</sup> et le 7<sup>ème</sup> thème « Bien-être animal » et « Environnement / Ecologie » n'ont pas eu besoin d'être plus explicités. Pour être sûr que le périmètre du 7<sup>ème</sup> thème soit le même pour tous, il a quand même été précisé que « Environnement / Ecologie » fait référence à l'enjeu de produire du cuir de façon plus durable et respectueuse de l'environnement.

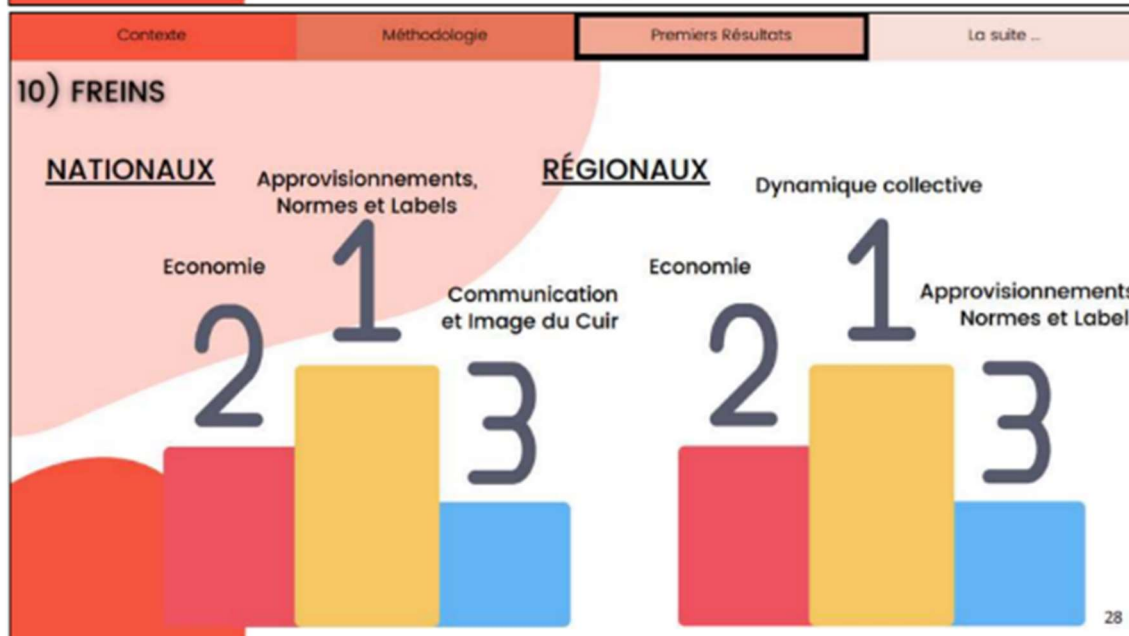
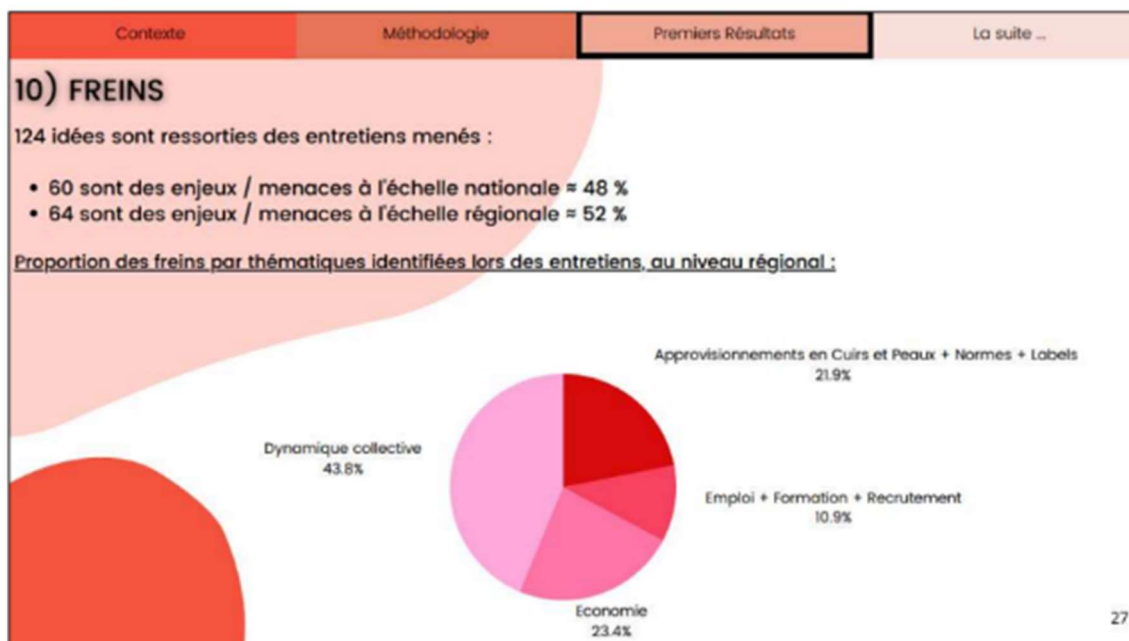




**Diapositives n° 25 et 26 :** A travers ces diapositives et les deux graphiques en secteurs, il a été appréhendé l'importance de chaque thématique selon les enjeux au niveau national et territorial. L'analyse thématique a été faite au travers de 103 idées évoquées par l'échantillon enquêté. Sur 103 idées, 68 sont de l'ordre d'enjeux nationaux et 35 d'enjeux régionaux. Ces observations ont constitué un top 3 des thématiques les plus mentionnées par les personnes rencontrées selon les deux niveaux territoriaux comme vous pouvez le constater sur la diapositive n°26.

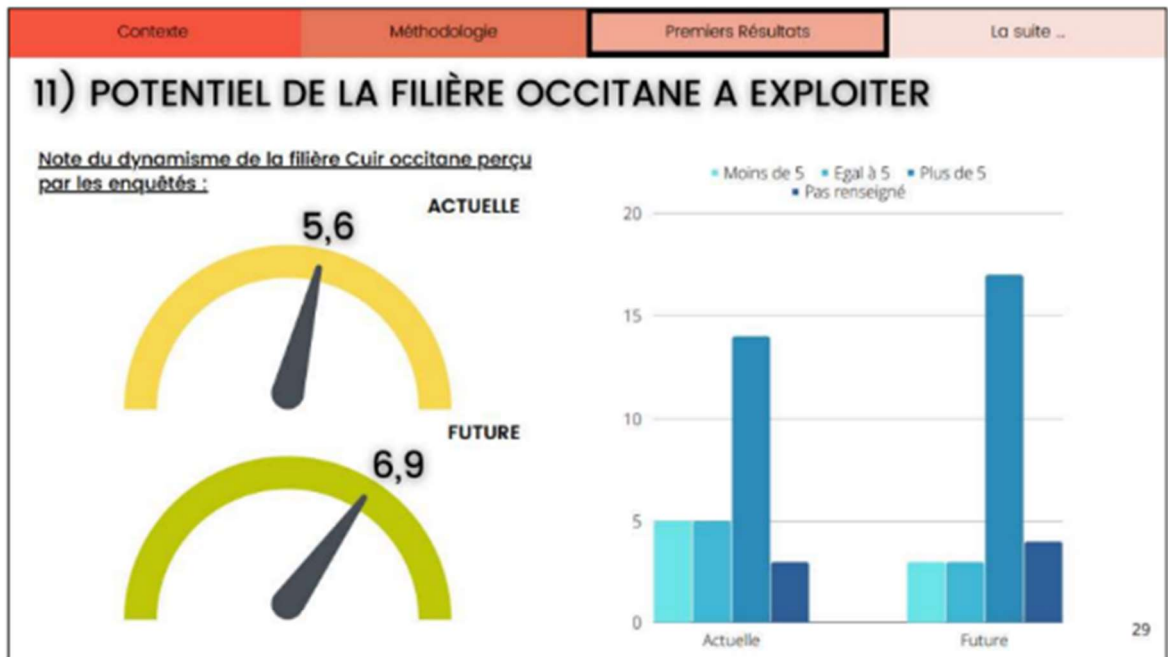






**Diapositives n° 27 et 28 :** A travers ces diapositives et les deux graphiques en secteurs, il a été appréhendé l'importance de chaque thématique selon les freins au niveau national et territorial. L'analyse thématique a été faite au travers de 124 idées évoquées par l'échantillon enquêté. Sur 124 idées, 60 sont de l'ordre de freins nationaux et 64 de freins régionaux. Ces observations ont constitué un top 3 des thématiques les plus mentionnées par les personnes rencontrées selon les deux niveaux territoriaux comme vous pouvez le constater sur la diapositive n°28.

Lors de la présentation, il a été mis en exergue que la différence significative entre le classement des thématiques au niveau national et régional résidait dans la présence de la thématique « Dynamiques collectives ». Cette thématique est majeure au niveau régional en tant que 1<sup>ère</sup> thématique mentionnée pour les enjeux et les freins.



**Diapositive n°29 :** A la suite de la définition des thématiques et de leurs récurrences chez les acteurs enquêtés, une ouverture a été faite par le biais des notes attribuées au dynamisme de la filière Cuir régionale (selon les 27 entretiens réalisés). Même si les notes restent subjectives, nous pouvons voir une évolution positive de la note qui prend +1,3 points entre la note actuelle et la note future. Cette observation peut être interprétée comme un signe de volonté et d'optimisme des acteurs régionaux du Cuir à l'égard de la redynamisation de la filière Cuir occitane.

### Echéances majeures du stage de fin d'études

Contexte      Méthodologie      Premiers Résultats      La suite ...

## LES PROCHAINES ECHÉANCES DU STAGE DE FIN D'ETUDES 2022

- 1 / Rédaction d'un compte-rendu
- 2 / Rédaction du mémoire

Échéance	Date
Clôture des entretiens	Faite le Mercredi 15 Juin 2022
Atelier participatif	le Vendredi 24 Juin 2022
Finalisation du mémoire	En août 2022

30

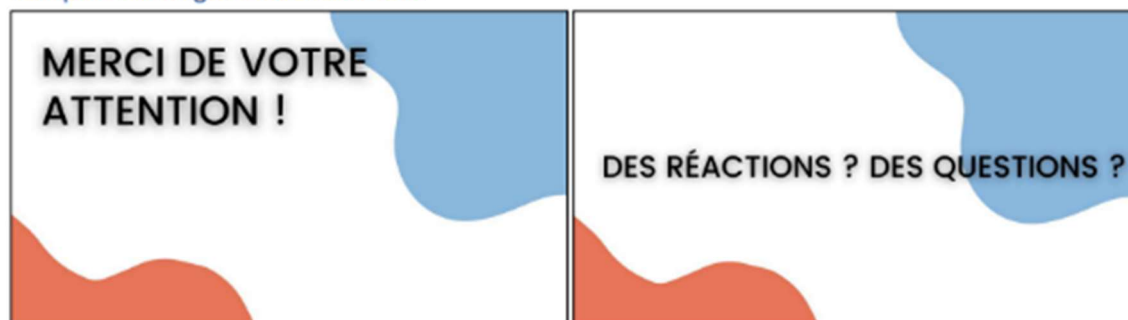
**Diapositive n°30 :** Pour conclure, la présentation il a été mentionné les échéances majeures antérieures à l'atelier participatif et celles qui vont suivre :

- La clôture des entretiens le mercredi 15 juin 2022 (la semaine dernière)



- L'atelier participatif d'aujourd'hui qui marque l'entrée dans la 2<sup>nd</sup>e phase de collecte et d'analyse de données
- La rédaction du compte-rendu la semaine suivante du lundi 27 juin 2022 au vendredi 1<sup>er</sup> juillet 2022
- La finalisation du stage de fin d'études par la rédaction de mon mémoire et plus particulièrement la formulation de mes propositions

#### Temps d'échanges et de réactions



A la fin de la présentation, un temps d'échanges de 15 minutes a été organisé. Le but était de permettre aux participants de donner leur avis sur la méthodologie mise en place et sur les résultats obtenus en les confirmant, en les complétant ou en les infirmant.

#### Constats et observations pratiques

Tout d'abord, ils ont relevé la pertinence de la méthodologie ainsi que des résultats obtenus. Puis, il est apparu pour un des participants que la présence de « Dynamiques collectives » comme résultat est un point intéressant à approfondir. Ils ont également salué le travail réalisé et n'ont pas soulevé de questionnements particuliers. Un des participants a signalé une erreur quant au panorama visuel des acteurs du Luxe présents sur le territoire. Pour lui, le logo de LVMH et d'Hermès doivent être supprimés. Ces modifications seront faites ultérieurement pour enrichir la présentation. La durée de la présentation était de 20 minutes et est jugée suffisante pour exposer le déroulement du stage de fin d'études sans perdre l'auditoire.

#### Activité 2 : priorisation des enjeux à approfondir par le vote à main levée



Figure 3 : Les thématiques exposées lors de l'activité 2 : "Vote à main levée"

Les participants, après avoir validé les thématiques identifiées ont été invités à s'exprimer sur celles qui leur semblaient prioritaires à traiter.

Les 7 thématiques étaient rassemblées sur une diapositive pour qu'ils puissent se souvenir de l'ensemble des thèmes abordés.

Les thématiques étaient énoncées et les participants votaient à main levée.

Les thèmes qui ne sont pas ressortis comme étant prioritaires ont été considérés comme des thèmes transversaux à aborder au sein des thématiques choisies.

### **Constats et observations pratiques**

*Pour des raisons de retard dans la préparation de l'atelier participatif des feuilles pour chaque thématique n'ont pas pu être installées. Les votes ont donc été réalisés à main levée avec l'approbation des participants. L'absence d'anonymat n'a pas paru être un inconvénient ou une source de gêne particulière, la majorité des participants se connaissant par ailleurs. La simplification du vote a permis de statuer plus rapidement sur les thématiques à considérer comme prioritaires. Les participants se sont prêtés au jeu et un consensus a rapidement été trouvé.*

### **Activité 3 : Réflexions en groupes**

Au cours de cette activité, les participants ont été invités à se réunir en 4 groupes de 3 personnes. Chaque groupe travaillant sur une thématique. Le but pour chaque groupe était de repréciser un enjeu au sein de la thématique choisie pour en décliner les freins et les actions concrètes à mettre en place pour y faire face.

Pour faciliter la constitution des groupes, nous avons énoncé les thèmes prioritaires les uns après les autres et les trois premiers ayant levé la main étaient considérés comme les membres du groupe. Chaque groupe a été muni de deux marqueurs, d'un poster et de la diapositive imprimée correspondant à sa thématique.

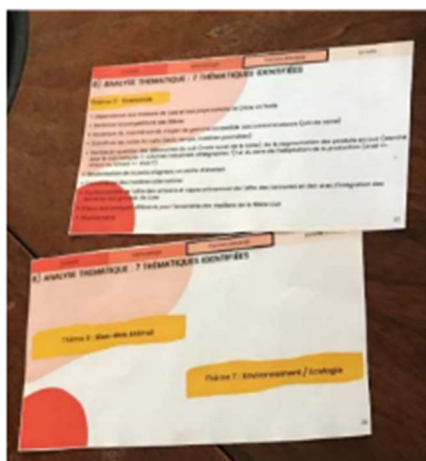


Figure 4 : Diapositives imprimées pour appuyer l'activité 3 "Réflexions en groupes"

Les groupes ont eu 25 minutes pour réfléchir à leur thématique accompagné par Hichem Amichi, Corinne Mercier, Eléonore Verfaillie et moi-même, qui avons joué le rôle de facilitateurs. Ce temps était nécessaire pour qu'ils puissent retranscrire leurs réflexions sur leur poster étant donné la largesse des thèmes à traiter.

Une fois le travail terminé, il leur a été demandé de désigner une personne pour présenter le poster à l'ensemble des participants.

### **Constats et observations pratiques**

*Les participants se sont montrés motivés et coopératifs. Chaque membre des groupes échangeait sans porter de jugements les uns sur les autres. Certains participants étant étrangers à la filière Cuir et apparentés à la filière laine ou élevage ovin, ils ont pu apporter leurs points de vue à leur groupe et en*



*apprendre plus sur la filière Cuir. Les participants ont eu besoin d'être accompagnés pour aller plus loin sur des actions concrètes à mener face aux freins qu'ils ont pu évoquer. Tout le monde a pu participer et a été à l'écoute lors des restitutions de posters. Par contre, les délais de réflexion n'ont pas été respectés. Les 25 minutes ont été dépassées d'environ 10 minutes. La durée de l'activité a donc été assez longue et la concentration des participants a légèrement diminué lors de la dernière restitution.*

### Restitution du vote

Les résultats des votes se sont portés de façon unanime sur 4 thématiques.

L'« Image du Cuir et Communication », les « Dynamiques collectives » et l'« Emploi, Formation et Recrutement » se sont rapidement distingués des autres thèmes car l'ensemble des participants se sont retrouvés dans les problématiques abordées.

La dernière thématique qui s'est distinguée a été l'« Approvisionnement en Cuirs et Peaux » que les participants ont finalement identifié comme le cœur du sujet de la redynamisation de la filière régionale.

Les thématiques restantes : l'« Economie », le « Bien-être animal » et l'« Environnement / Ecologie » ont été perçues comme des thèmes transversaux qui impliquent les 4 thématiques prioritaires.

L'« Economie » est impliquée dans l'« Approvisionnement en Cuirs et Peaux » puisqu'entre autre la différence entre les volumes destinés aux maisons de Luxe et aux artisans provient de la rentabilité de la production pour les tanneries et les mégisseries.

Le « Bien-être animal » et l'« Environnement / Ecologie » sont aussi des notions prises en compte dans la production du cuir donc l'« Approvisionnement en Cuirs et Peaux », mais aussi dans l'« Image du Cuir et Communication » pour coordonner l'ensemble des acteurs et créer un discours unifié les mettant en avant.

Au final, les participants et les facilitateurs se sont répartis comme suit :

« Approvisionnements en Cuirs et Peaux »	« Dynamiques collectives »	« Emploi, Formation et Recrutement »	« Image du Cuir et Communication »
Pierre ARSAC	Jean-Pierre ROMIGUIER	Julien HANCHIR	Olivier FABRE
Aymeric HEDREUL	Lucie HERAN	Geoffrey TALPE	Dominique CHABANET
Jean-Charles DUCHENE	Manuel MERCIER	Delphine TEISSEDRE	Jean-Philippe LIGNON
Estelle PELTIER	Hichem AMICHI	Corinne MERCIER	Eléonore VERFAILLIE

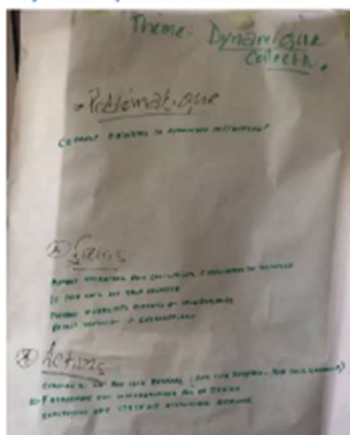
Légendes :

Porte-parole lors de la phase de restitution des réflexions du groupe de travail
Facilitateur du groupe de travail

Tableau 1 : Répartition des participants selon les thématiques

## Restitutions des travaux de groupe

### Dynamiques collectives



Thème : Dynamique collective	
<b>Problématique :</b> Comment maintenir la dynamique collective ?	
<b>Freins :</b>	
•	Manque un animateur pour concrétiser l'orientation du collectif
•	Le Pôle Cuir est trop localisé
•	Manque d'objectifs communs et structurants
•	Passif historique et géographique
<b>Actions :</b>	
•	Construire un Pôle Cuir régional (Pôle Cuir Aveyron – Pôle Cuir Graulhet)
•	Co-financement d'un collaborateur par la Région
•	Construire une stratégie économique commune

Figure 5 : Poster réalisé sur le thème 2 "Dynamiques collectives"

Les idées ont été réparties comme les consignes l'indiquaient en trois parties : la problématique reprécisée, les freins rencontrés et les actions concrètes à mener.

Il est apparu pour les membres de ce groupe que la dynamique collective initiée par le Pôle Cuirs et Peaux Aveyron devait se concrétiser à un niveau territorial plus étendu : la région Occitanie. Cela permettrait à l'association de réunir l'ensemble des pôles Cuir : Aveyron et Graulhet.



Figure 6 : Restitution "Dynamiques collectives" par Jean-Pierre ROMIGUIER

Ce rassemblement permettrait d'avoir une dimension économique et humaine plus importante et de prétendre au co-financement d'un collaborateur par la Région. Le besoin d'un collaborateur est un élément sur lequel les participants ont fortement appuyé. Il leur paraît essentiel qu'une personne à plein temps, ou à mi-temps pour commencer, puisse s'occuper de l'animation de l'association et de l'organisation d'actions concrètes.

Il est à noter que Mazamet n'a pas été évoqué sur le poster alors qu'il est identifié par les acteurs comme un pôle cuir. Cette omission fait référence aux tensions qui peuvent exister entre Graulhet et Mazamet, au même titre que celles, évoquées lors de la restitution, entre Graulhet et Millau. Ces tensions sont évoquées comme étant historiques et provenant de la relation d'affaires où Graulhet travaillait pour Millau.

« Construire une stratégie économique commune » est le dernier levier soulevé par le groupe. Ce point est un challenge à relever, les acteurs du Cuir se révélant comme très diversifiés et avec des besoins très différents. Pour le groupe de participants, l'important est qu'il y ait une motivation commune de redynamisation du territoire et que chacun s'implique pour cette raison dans une association



régionale. Un des participants a souhaité appuyer la capacité de rassemblement et de porteur de projets des acteurs aveyronnais.

## Emploi, Formation et Recrutement

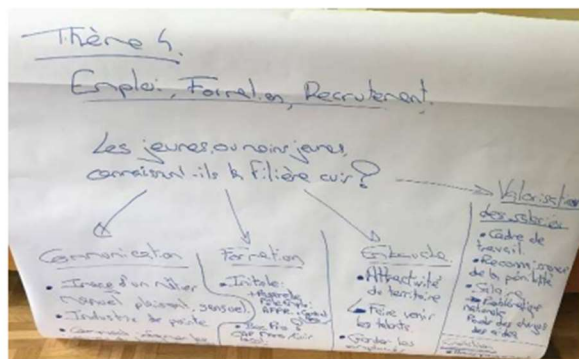


Figure 7 : Poster réalisé sur le thème 4 "Emploi, Formation et Recrutement"

Thème 4 : Emploi, Formation, Recrutement	
Les jeunes ou moins jeunes connaissent-ils la Filière cuir ?	
<u>Communication</u>	
Image d'un métier manuel, plaisant, sensoriel.	
Industrie de pointe	
Comment informer les jeunes du territoire ?	
<u>Formation</u>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Initiale : Passerelle Pôle Emploi :AFPR + Contrat Pro</li> <li>• Bac Pro ? CAP Maro / Cuir local.</li> <li>• Continue.</li> </ul>	
<u>Embauche</u>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attractivité du territoire =&gt; Faire venir les talents.</li> <li>• Garder les employés</li> </ul>	
<u>Valorisation des salariés</u>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cadre de travail.</li> <li>• Reconnaissance de la pénibilité</li> <li>• Salaire =&gt; problématique nationale Poids des charges des aides.</li> </ul>	
<u>Création</u>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accompagnement.</li> <li>• Galère</li> </ul>	

Les participants ayant commencé la structuration de leur poster seuls, la structuration de leur poster est différente des autres avec une séparation en sous thématiques de leur problématique principale « Les jeunes connaissent-ils la Filière cuir ? ». Les 5 sous thématiques ont été explicitées par Julien Hanchir, le porte-parole du groupe de travail.

En demandant d'identifier l'élément central à traiter, Julien Hanchir a choisi la sous thématique « Valorisation des salariés » et l'objectif de « Garder les employés ». Seulement, la sous thématique est propre à chaque entreprise et à l'encadrement de l'Etat ce qui dépasse le champ d'actions possible du projet de recherche FAVA. Concernant l'objectif, il est porté en partie par la motivation intrinsèque des individus ne dépendant alors ni des actions menées par l'entreprise, ni de celles du projet de recherche.

## Approvisionnement en Cuirs et Peaux

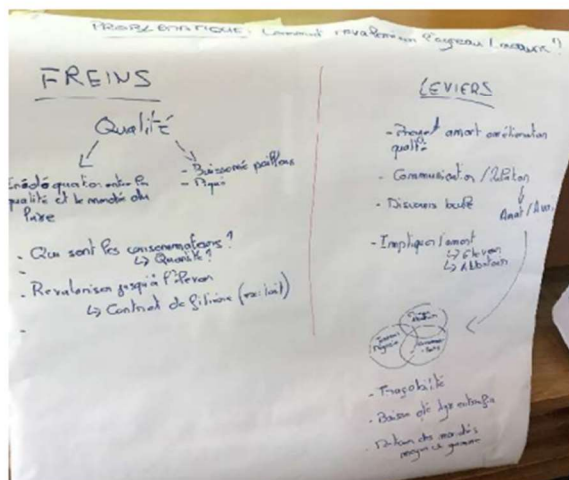


Figure 8 : Poster réalisé sur le thème 1 "Approvisionnement en Cuirs et Peaux"

Problématique : Comment revaloriser l'agneau Lacaune ?	
<u>Freins</u>	
Qualité :	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inadéquation entre la qualité et le marché du Luxe</li> <li>• Buissonné pailleux</li> <li>• Piqué</li> </ul>	
Qui sont les consommateurs ? => Quantité ?	
Revalorisation jusqu'à l'éleveur => Contrat de filière (ex : lait)	
<u>Leviers</u>	
Projet amont amélioration qualité	
Communication / Relation => Amont / Aval => entre Tanneur Mégissier – Eleveur Abattoir – Consommateurs	
Traçabilité	
Baisse quantité d'agneaux entrefin	
Retour des marchés moyen de gamme	

Pour ce groupe, le territoire occitan est fortement marqué par l'élevage ovin. La filière ovine a donc été au cœur de leurs réflexions. Les freins essentiels qui sont ressortis sont de l'ordre de la qualité amoindrie par les modes d'élevage comme le buissonné pailleux et le piqué. Ce sont ces défauts qui empêchent les gisements de peaux locaux d'être valorisés dans l'industrie du Luxe.

Pour ce point, Pierre Arzac, porte-parole du groupe, nous a parlé de leviers déjà existants : la mise en place de projet amont d'amélioration de qualité. Il y participe notamment au travers du projet A-PROPOS qui vise à résoudre la problématique de la qualité de la peau par le biais de la génétique. Pour les participants, ces projets de recherche seront la clé pour améliorer cette qualité et aucun autre levier n'a été soulevé à cet égard.

Par contre, il a émergé une problématique portant sur l'intégration des éleveurs et des abattoirs aux problématiques des peaux de la filière Cuir régionale. Il est important de revaloriser le travail des éleveurs pour qu'ils puissent s'y intéresser. Sur ce point, plusieurs leviers ont été énoncés : plus de communication entre l'Amont et l'Aval de la filière Cuir et la traçabilité comme une garantie pour faire valoir la provenance des peaux. En plus de ces leviers, ils ont émis la possibilité de sécuriser la filière régionale de l'éleveur aux fabricants de peaux finies par la création d'un contrat de filière structurant (comme il peut en exister pour la filière lait) avec la fixation des volumes et d'une rémunération adéquate selon la qualité des lots de peaux fournis. La limite à ce contrat est qu'il nécessite un débouché économique sécurisant, soit que cette offre de cuirs locaux rencontre une demande suffisante.

Les participants sont allés plus loin dans l'exercice et ont identifié des opportunités : « baisse des quantités d'agneaux entrefin » en termes de qualité et le « retour des marchés moyen de gamme ». Ces opportunités n'ont pas été discutées avec l'ensemble des participants.

La première redonnerait une valeur à la peau d'agneau Lacaune et la seconde serait un nouveau marché à conquérir. Cependant, chacune de ces opportunités a ses limites :

- la peau d'agneau Lacaune sera plus chère à l'achat,
- et la stratégie pour atteindre les marchés moyens de gamme nécessitera des économies d'échelle importantes (par des cadences de production plus élevées traduisant plus de main d'œuvre et d'équipements efficaces).

Les participants ont validé ce constat et les leviers présentés. Toutefois, il y a eu des remarques concernant la motivation économique des agriculteurs et des abattoirs. Pour l'un des participants, il est important que les éleveurs ne soient pas impliqués par le simple intérêt économique mais qu'il y ait une vraie motivation pour redynamiser une filière régionale historique.

Certains participants ont également fait remarquer que l'étude est très orientée sur la filière ovine et qu'elle mériterait de traiter la filière bovine et de reprendre les travaux réalisés sur la filière du veau du Ségala. L'objectif étant de savoir si un travail pourrait être initié de la même manière que celui avec la Lacaune, cette fois-ci avec l'Aubrac, une race emblématique de l'Aveyron. D'autres estiment que la filière ovine étant plus présente et les entreprises du Cuir historiquement reliées à la Lacaune plus qu'à l'Aubrac, il serait judicieux de rester focalisé sur cette filière uniquement.



## Image du Cuir et Communication

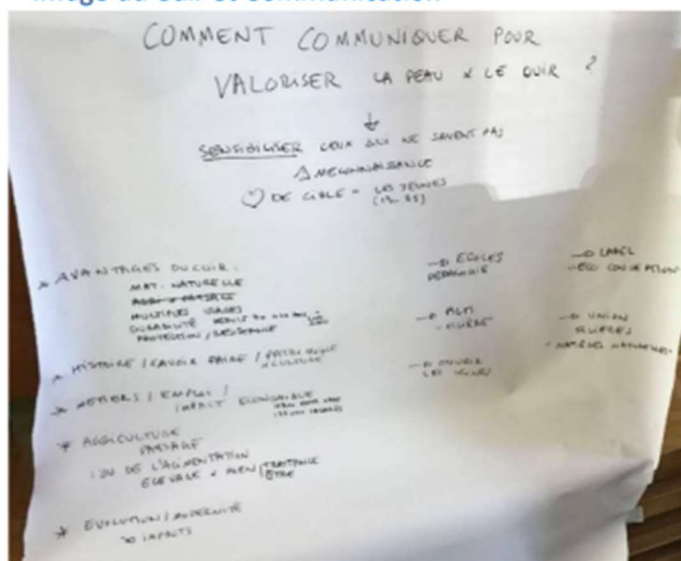


Figure 9 : Poster réalisé sur le thème 5 "Image du Cuir et Communication"

Comment communiquer pour valoriser la peau & le cuir ?

Sensibiliser ceux qui ne savent pas  
Méconnaissance

Cœur de cible = Les jeunes (13-35)

Avantages du Cuir :

- Matière naturelle
- Multiples usages
- Durabilité depuis 70 000 ans + 2 ND main
- Protection / Résistance

Histoire / Savoir-faire / Patrimoine & Culture

Métiers / Emploi / Impact économique (12 800 entreprises et 133 000 salariés)

Agriculture paysanne issue e l'alimentation Elevage x Bien traitance / être

Evolution / Modernité diminution des impacts

Ecoles Pédagogie

Label « Ecoconception »

Film « filière »

Union filières « Matières naturelles »

Ouvrir les usines

Lors de la présentation faite par Olivier Fabre, un cœur de cible a été défini : les jeunes entre 13 et 35 ans, en particulier ceux qui ne sont pas connaisseurs de la filière Cuir et du produit en lui-même, pour pallier la méconnaissance de la matière des nouvelle générations.

L'ensemble des points inscrits sur le poster ont été explicités. Une manière de valoriser la peau et le cuir serait de faire valoir les propriétés naturelles de la matière ainsi que l'histoire régionale et l'activité économique actuelle qui en découle.

Plus précisément, des supports de cette communication ont été imaginés :

- Un travail axé en priorité sur la pédagogie au travers d'interventions dans les écoles pour faire connaître le Cuir et les métiers
- La création d'un label « Ecoconception » (même si les labels selon l'un des participants du groupe restent un moyen d'action saturé / sur-utilisé par la filière agri-agro)
- Un film documentaire de la filière qui met en action les différents acteurs de la filière
- Fédération du discours des acteurs autour des matières naturelles
- Ouverture des usines pour éveiller la curiosité de la population

L'ensemble des leviers évoqués ont été pensés par le groupe de participants pour être exploitables par la Région.

### Fin d'atelier : synthèse et évaluation

Une fois les restitutions faites et les discussions closes, les axes de développement clés à approfondir lors de prochains ateliers participatifs ont été identifiés et exprimés aux participants qui les ont tous confirmés. Puis, un message de remerciements a été adressé à l'ensemble des participants.



Figure 10 : Clôture de l'atelier participatif

Pour terminer, une feuille d'évaluation anonyme a été distribuée à l'ensemble des participants pour qu'ils puissent nous faire des retours concernant les points positifs et négatifs de l'atelier et son utilité. La dernière question portait sur leur participation éventuelle à un deuxième atelier participatif.

Evaluation de l'atelier participatif  
« Perspectives de développement de la filière Cuir occitane »

Vendredi 24 juin 2022, Chambre de Commerce et d'Industrie de Millau

Indiquez les points positifs de l'atelier :

- 
- 
- 
- 

Indiquez les points négatifs de l'atelier :

- 
- 
- 
- 

Avez-vous trouvé cet atelier utile ? Entourez votre réponse.

Oui – Moyennement – Non

Quelles sont les raisons de cette réponse ? ...

Seriez-vous prêt à participer à un deuxième atelier participatif ? Entourez votre réponse.

Oui – Peut-être – Non

Figure 11 : Fiche d'évaluation anonyme de l'atelier participatif





Figure 12 : Distribution des fiches d'évaluation anonyme de l'atelier participatif

11 fiches d'évaluation ont été remplies, en voici le contenu :

Points positifs (tels qu'ils sont mentionnés sur les fiches d'évaluation)	Points négatifs (tels qu'ils sont mentionnés sur les fiches d'évaluation)
Diversité intervenants Méthodo (souligné) Avancement du projet Panel large des participants (transformateurs, filière amont/aval, institutionnels) Lieu adéquat Collectif Dynamique Interactif Riche Précis Implication des professionnels Richesse des idées Multi secteur Informatif Dynamique Participatif Arriver à réunir différents acteurs Travail de groupe Présentation Mise en commun des idées de professionnels de métiers différents Permet de voir les différentes perspectives et évolutions possibles de la filière Votre encadrement est très important et nous permet de mieux structurer notre pensée	Timing serré Approfondir les sujets proposés Manque de présence AVAL Manque participant aval Importance de rester dans les temps prévus Importance de bien structurer pour garder tous les participants

Ont trouvé l'atelier utile (Oui, Moyennement ou Non)	Raisons pour lesquelles ils ont trouvé l'atelier utile (ou pas)	Sont prêts à participer à un 2 <sup>ème</sup> atelier participatif (Oui, Peut-être ou Non)
Oui : 11 Moyennement : 0 Non : 0	Le projet a clairement avancé Sujets balayés de manière large Débats très intéressants La participation Très fédérateur Bons échanges Valorisation du Territoire Connaissance du positionnement des acteurs Création d'une filière pérenne Interactions entre différents acteurs sur des thématiques pertinentes Réflexion commune de secteur de travail différent Atelier intéressant qui permet d'avoir un point de vue différent sur plusieurs sujets	Oui : 11 Moyennement : 0 Non : 0

Le dynamisme et l'optimisme des participants à l'égard de la filière Cuir régionale est visible dans leurs réponses aux questions sur l'utilité de l'atelier participatif et leur disponibilité pour y participer à nouveau : l'ensemble des répondants ont répondu favorablement à ces deux questions. Les raisons évoquées sont, en résumé : la fédération et les échanges de différents acteurs autour de thématiques larges et « pertinentes ». Ceci montre qu'ils ont un réel besoin d'avancer et d'aboutir sur des démarches concrètes plus approfondies. Et surtout, qu'ils éprouvent le besoin de partager et de se fédérer.

Les points négatifs énumérés portent essentiellement sur le respect du temps imparti et du manque de participants de l'Amont dont il aurait été intéressant d'avoir leurs points de vue sur les thématiques abordées. Ces remarques mises de côté, les acteurs ont apprécié : la construction du stage de fin d'études (méthodologie et présentation) et son avancement, l'exercice en lui-même d'un atelier participatif, le fait d'être impliqués et moteurs de la stratégie de redynamisation de la filière Cuir régionale, les échanges et leur richesse.

Pour le deuxième atelier, il apparaît donc évident de travailler, avec les participants présent et les acteurs de la filière Cuir qui étaient indisponibles ce jour-là, sur les leviers d'actions qui ont été identifiés et sur lesquels le projet de recherche FAVA peut amener des expertises.



## Conclusions

Plusieurs points sont à retenir. Tout d'abord, en ce qui concerne la construction de l'atelier, le format apparaît adéquat à la vue des retours sur les fiches d'évaluation. Les participants ont pu échanger sur un panel de thématique large et créer un débat constructif.

Le temps d'échange concernant la présentation n'a finalement pas nécessité 15 minutes, les acteurs n'avaient pas de remarques. Pour inciter les participants à donner leurs avis, nous avons donc dû leur poser des questions sur la pertinence des thématiques identifiées et est-ce qu'ils se retrouvaient confrontés à celles-ci. Par manque de temps, le vote s'est fait à main levée et a finalement été bénéfique pour commencer à installer des discussions et à libérer la parole.

La répartition des groupes à main levée a été également un bon moyen pour que les groupes se constituent de personnes qui ne se connaissaient pas forcément. Aussi, les participants pouvaient aller vers une thématique qui leur tenait à cœur qui canaliserait toute leur attention.

Le temps de réflexion accordé aux groupes de travail était insuffisant : le temps qu'ils puissent dégager une problématique suffisamment précise et des actions abouties.

Les facilitateurs des groupes de travail ont eu un vrai rôle à jouer pour que les participants posent l'ensemble de leurs idées de façon structurée sur leur poster. En effet, les débats qui naissent au sein des groupes n'avaient pas tendance à aboutir sur une phase d'écriture (utile pour la restitution aux autres groupes). Lors de cette phase d'échange, le côté très transversal des thématiques est ressorti et a constitué quelques fois des blocages pour les participants pour aboutir à des actions précises. Par exemple, sur la thématique « Approvisionnement en Cuirs et Peaux » des aspects économiques et de ressources humaines ont pu ressortir mais le manque de temps n'a pas permis d'aller plus loin dans la réflexion sur ces aspects malgré le dépassement du temps imparti. (Au final, la réflexion par groupe a duré au moins 10 minutes de plus que les 25 minutes prévues initialement.)

L'utilisation de posters pour la phase de restitution est un support nécessaire pour poser des idées sur une filière qui comporte une multitude de paramètres à prendre en compte. Les participants ont pu échanger et construire des constats communs. Les acteurs institutionnels et Amont ont permis d'enrichir les thématiques et la vision de la filière Cuir sous un angle différent par le prisme de l'agriculture et de l'agroalimentaire.

Pour ce qui est de la forme, il paraît pertinent de conserver la forme actuelle de l'atelier en rallongeant le temps de réflexion à 30 minutes et de rajouter un temps de pause de 10 ou 15 minutes pour que les participants puissent se remobiliser lors de la phase de restitution.

Pour les résultats, le vote à main levée a confirmé les thématiques identifiées et a permis de mettre en exergue la transversalité de celles-ci. Les thématiques : « Approvisionnement en Cuirs et Peaux », « Emploi, Formation et Recrutement », « Dynamiques collectives » et « Image du Cuir et Communication », sont les thématiques prioritaires qui ont été identifiées par les participants. Ce résultat confirme ceux obtenus lors de la première phase de collecte et d'analyse de données, excepté la thématique « Economie » (qui est ressortie lors de la 1<sup>ère</sup> phase de collecte et d'analyse de données mais pas lors de l'atelier) vue comme une thématique très transversale présente au sein des 4 précédemment mentionnées. Les réflexions par groupe ont aussi permis d'axer les thématiques sur des problématiques plus précises et concrètes des participants :

- « Comment maintenir la dynamique collective ? »
- « Les jeunes ou moins jeunes connaissent-ils la Filière cuir ? »
- « Comment revaloriser l'agneau Lacaune ? »



- « Comment communiquer pour valoriser la peau & le cuir »

Chacune de ces problématiques a fait l'objet d'environ 4 freins et de 4 leviers. Par contre, deux thématiques semblent être abordées de manière plus régionale que les autres : « Approvisionnement en Cuirs et Peaux » et « Dynamiques collectives » avec freins et des leviers plus spécifiques et particuliers faisant référence aux acteurs du territoire et aux caractéristiques historiques, culturelles et d'élevage/de production de la Région.

Pour l' « Emploi, Formation et Recrutement » et l' « Image du Cuir et Communication », les éléments abordés sont de l'ordre du national et les leviers également comme les actions de communication qui pourraient être déclinables aussi bien à la Région Occitanie comme à l'ensemble des autres régions françaises productrices de Cuir.

Il sera essentiel pour la suite des réflexions de faire participer plus d'acteurs de l'Amont (éleveurs, chevillards, abattoirs, etc.) au projet de recherche FAVA pour comprendre et intégrer leurs points de vue sur la filière Cuir régionale.

#### Perspectives pour la suite

La constitution d'une dynamique collective plus étendue à l'échelle de la Région Occitanie est une problématique qui nécessitera plus d'accompagnement pour l'ensemble des acteurs de l'Aval de la filière d'ores et déjà impliqués dans l'association du Pôle Cuirs et Peaux Aveyron.

La reconstruction de flux de peaux dont la qualité serait revalorisée sur l'ensemble de la chaîne de valeur du Cuir semble également être un point important qui pourrait permettre de renforcer la filière régionale en impliquant les acteurs de l'Amont dans sa construction.

Pour conclure, il semblerait que le projet FAVA serait en capacité d'accompagner les acteurs vers une structuration renforcée de la dynamique collective régionale et de la production. Les pistes d'actions envisagées ci-dessous sont basées sur les leviers évoqués lors de l'atelier :

<b>Thématiques retenues</b>	<b>Axes de développement pour lesquels le projet de recherche FAVA pourrait accompagner la filière Cuir régionale</b>
Dynamiques collectives	Construction d'un Pôle Cuir régional réunissant les clusters cuir historiques de Millau, Graulhet et Mazamet
	Construction d'une stratégie économique commune entre les membres du Pôle Cuir régional
Approvisionnement en Cuirs et Peaux	Fédération des acteurs de l'Amont et de l'Aval autour de la redynamisation régionale
	Revalorisation de la qualité de la peau Lacaune (en partant de l'élevage jusqu'à la production du Cuir)

<b>Freins rencontrés qui pourraient être abordés au sein du projet de recherche FAVA</b>	
<b>1</b>	Une association Pôle Cuir très / trop localisée
<b>2</b>	Un manque d'objectifs communs et structurants
<b>3</b>	L'existence d'un passif historique et géographique entre Millau – Graulhet - Mazamet
<b>4</b>	L'absence de revalorisation de la qualité de la peau Lacaune des éleveurs aux producteurs de Cuir

En ce qui concerne les deux thématiques restantes, « Emploi, Formation et Recrutement » et « Image du Cuir et Communication », les freins et les leviers identifiés lors de l'atelier participatif seront pris en compte dans la poursuite des travaux de recherche.

## Annexe 10 : Simulation de gratification de stage de 6 mois (de janvier à juin 2023)

Résultat du calcul de la gratification minimale d'un stagiaire  
(calcul réalisé en fonction des données saisies)

### Références

### Convention de stage

---

Date de signature de la convention : 01/01/2023

L'employeur est-il un organisme public ? : Non

Taux horaire de la gratification figurant dans la convention : 15,00 %

Nombre d'heures de présence par jour : 7

### Gratification mensuelle due en fonction de la présence effective du stagiaire

	Mois	Année	Nombre de jours de présence	Nombre d'heures	Plafond horaire séc. soc.	Gratification mensuelle
<b>1er mois</b>	Janvier	2023	22	154	26,00 €	600,60 €
<b>2e mois</b>	Février	2023	20	140	26,00 €	546,00 €
<b>3e mois</b>	Mars	2023	23	161	26,00 €	627,90 €
<b>4e mois</b>	Avril	2023	19	133	26,00 €	518,70 €
<b>5e mois</b>	Mai	2023	19	133	26,00 €	518,70 €
<b>6e mois</b>	Juin	2023	22	154	26,00 €	600,60 €

**Gratification totale due pour 125 jours (875 heures) : 3412.50 €**

**Gratification mensuelle lissée sur la totalité de la durée de stage (6 mois) : 568.75 €**



### Annexe 11 : Itinéraire de l'EI Purpan à Interbev Occitanie selon Mappy

De : Ecole Ingénieurs de Purpan INP - 75 voie

Vers : Castanet-Tolosan 31320

Partir maintenant

Mes options

25 min 20 min 57 min 57 min --

**Le plus rapide** 25 min  
20,8 km > A620  
Carburant : 2,16 €  
Actuellement 4 min de retard trafic

**Le moins de kilomètres** 33 min  
14,8 km - Actuellement 7 min de retard trafic

Prix basé sur une voiture de taille moyenne - B7 (Gazole)

### Annexe 12 : Itinéraire de l'EI Purpan à la Mairie de Graulhet selon Mappy

De : Ecole Ingénieurs de Purpan INP - 75 voie

Vers : Mairie - Graulhet - Place Élie-Théophile

Partir maintenant

Mes options

54 min 50 min -- --

**Le plus rapide** 54 min  
72 km > A620, A68  
Carburant : 7,49 € | Péage : 1,60 €  
Actuellement 2 min de retard trafic

**Sans péage** 1 h 09  
71 km - Actuellement 7 min de retard trafic

**Le moins de kilomètres** 1 h 30  
60 km - Actuellement 11 min de retard trafic

Prix basé sur une voiture de taille moyenne - B7 (Gazole)



## Annexe 13 : Itinéraire de l'EI Purpan à la Mairie de Mazamet selon Mappy

**De :** Ecole Ingénieurs de Purpan INP - 75 voie  
**Vers :** Mairie - Mazamet - Place Georges-Tourn

Partir maintenant

**Le plus rapide** 1 h 33  
 99 km > A68, N126  
 Carburant : 10,23 € | Péage : 1,60 €  
 Actuellement 7 min de retard trafic

**Sans péage** 1 h 42  
 96 km - Actuellement 8 min de retard trafic

**Le moins de kilomètres** 1 h 59  
 89 km - Actuellement 13 min de retard trafic

Prix basé sur une voiture de taille moyenne - B7 (Gazole)

## Annexe 14 : Simulation de gratification de stage de 3 mois (de mars à mai 2023)

Résultat du calcul de la gratification minimale d'un stagiaire  
 (calcul réalisé en fonction des données saisies)

### Références

### Convention de stage

Date de signature de la convention : 01/03/2023

L'employeur est-il un organisme public ? : Non

Taux horaire de la gratification figurant dans la convention : 15,00 %

Nombre d'heures de présence par jour : 7

### Gratification mensuelle due en fonction de la présence effective du stagiaire

	Mois	Année	Nombre de jours de présence	Nombre d'heures	Plafond horaire séc. soc.	Gratification mensuelle
1er mois	Mars	2023	23	161	26,00 €	627,90 €
2e mois	Avril	2023	19	133	26,00 €	518,70 €
3e mois	Mai	2023	19	133	26,00 €	518,70 €

**Gratification totale due pour 61 jours (427 heures) : 1665.30 €**

**Gratification mensuelle lissée sur la totalité de la durée de stage (3 mois) : 555.10 €**

## Références bibliographiques

- Ananas Anam. 2017. « About Us ». Dans : *Piñatex* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.ananas-anam.com/about-us/> > (Consulté le 24 mai 2022).
- Andreani, J.-C., et F. Conchon. 2005. « METHODES D'ANALYSE ET D'INTERPRETATION DES ETUDES QUALITATIVES : ETAT DE L'ART EN MARKETING ». p. 26.
- Baillon, E. 1989. *Un métier dans la peau*. Millau : Maison de la peau, 96 p. ISBN : 2-9503867-0-9.
- Blin, L. 2022. « Filière Française du Cuir : quels défis et enjeux majeurs ? » *Leather Fashion Design LFD* [En ligne]. Disponible sur : < <https://leatherfashiondesign.fr/enjeux-filiere-francaise-cuir/> > (Consulté le 24 mai 2022).
- Boston Consulting Group. 2022. « The Luxury Industry: Accelerating and Advancing Corporate Responsibility to Meet Evolving Consumer Demands ». Dans : *Boston Consult. Group* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.bcg.com/pl-pl/press/30june2022-luxury-industry-accelerating-corporate-responsibility-to-meet-consumer-demands> > (Consulté le 23 août 2022).
- Bouanchaud, C. 2018. « La consommation de viande en France recule depuis 10 ans ». *Le Monde* [En ligne]. Disponible sur : < [https://www.lemonde.fr/planete/article/2018/09/06/la-consommation-de-viande-en-france-recule-depuis-dix-ans\\_5350897\\_3244.html](https://www.lemonde.fr/planete/article/2018/09/06/la-consommation-de-viande-en-france-recule-depuis-dix-ans_5350897_3244.html) > (Consulté le 6 juillet 2022).
- Bouchez, P. E. 2014. « Reach : les cuirs contenant des composés du chrome VI bannis du marché européen ». Dans : *Actu-Environ.* [En ligne]. Actu-environnement, Disponible sur : < <https://www.actu-environnement.com/ae/news/reach-cuirs-chrome-bannis-21200.php4> > (Consulté le 4 juillet 2022).
- CCI Aveyron. 2015. « Le Pôle Cuirs & Peaux de l'Aveyron ». Millau : p. 20.
- CCI Aveyron et Communauté de Communes Millau Grands Causses. 2015. *Le Pôle Cuir*.
- Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales. 2022a. « TANNAGE : Définition de TANNAGE ». Dans : *CNRTL* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.cnrtl.fr/definition/tannage> > (Consulté le 10 août 2022).
- . 2022b. « TANNERIE : Définition de TANNERIE ». Dans : *CNRTL* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.cnrtl.fr/definition/tannerie> > (Consulté le 10 août 2022).
- Centre Technique du Cuir. 2022a. « Chrome 6 conseil Chrome VI Maitrise Chrome Hexavalent traitement cuir couleur et tannage ». Dans : *CTC-Groupe* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.ctcgroupe.com/fr/nos-prestations/conseil/conseil-cuir/cuir-chrome-6-221-1.html> > (Consulté le 4 juillet 2022).
- . 2020. « Europe - REACH : la consultation publique sur le projet allergènes est ouverte jusqu'au 24 août 2020 (Annexe XVII) ». Dans : *CTC-Groupe* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.ctcgroupe.com/fr/blog/101/2020-07-09/europe-reach-la-consultation-publique-sur-le-projet-allergenes-est-ouverte-jusquau-24-aout-2020-annexe-xvii.html> > (Consulté le 5 juillet 2022).

- . 2022b. « La gestion des savoir-faire ». Dans : *CTC-Serv.* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.ctc-services.org/formation-rh/developper-competences-et-savoirs/gestion-des-savoir-faire-136-1.html> > (Consulté le 27 mai 2022).
- . 2022c. « Les plateformes technologiques de CTC ». Dans : *CTC-Serv.* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.ctc-services.org/connaitre-ctc-45-7.html> > (Consulté le 12 mai 2022).
- . 2022d. « Mieux connaître CTC ». Dans : *CTC-Serv.* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.ctc-services.org/fr/connaitre-ctc-45-1.html> > (Consulté le 12 mai 2022).
- Chambre d'agriculture Occitanie et CERFRANCE d'Occitanie. 2021. *AGRI'SCOPIE OCCITANIE* [En ligne]. Disponible sur : < <https://occitanie.chambre-agriculture.fr/publications/toutes-les-publications/la-publication-en-detail/actualites/agricopier-occitanie-edition-2021/> > (Consulté le 12 mai 2022).
- Chambre de Métiers et de l'Artisanat. 2022. « Annuaire des professionnels ». Dans : *Métier Art En Occ.* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.metiersdart-occitanie.com/craftsman.php?view=list&domain=11&job=213&annuaire-dept=&page=2> > (Consulté le 18 mars 2022).
- Chambre syndicale nationale des bottiers. 2022. « CSNB : Chambre Syndicale Nationale des Bottiers de France ». Dans : *CSNB* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.csnb-botterie.com/> > (Consulté le 12 mai 2022).
- Chapuis, D. 2017. « La filière cuir confrontée à la mode du véganisme ». Dans : *Echos* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.lesechos.fr/2017/01/la-filiere-cuir-confrontee-a-la-mode-du-veganisme-161670> > (Consulté le 24 mai 2022).
- . 2018. « La traçabilité des cuirs est devenue un enjeu pour le luxe ». Dans : *Echos* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.lesechos.fr/industrie-services/mode-luxe/la-tracabilite-des-cuirs-est-devenue-un-enjeu-pour-le-luxe-140314> > (Consulté le 5 juillet 2022).
- . 2019. « Luxe : la traçabilité des peaux précieuses sous haute surveillance ». Dans : *Echos* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.lesechos.fr/industrie-services/mode-luxe/luxe-la-tracabilite-des-peaux-precieuses-sous-haute-surveillance-992680> > (Consulté le 5 juillet 2022).
- Chapuis, D., et V. Leboucq. 2019. « Les géants du luxe affichent leurs engagements environnementaux ». Dans : *Echos* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.lesechos.fr/industrie-services/mode-luxe/les-geants-du-luxe-affichent-leurs-engagements-environnementaux-1134768> > (Consulté le 5 juillet 2022).
- Chevalier, J. 2020. « Covid-19: quand a-t-il commencé à circuler en France? » Dans : *BFM TV* [En ligne]. Disponible sur : < [https://www.bfmtv.com/sante/covid-19-comment-le-virus-a-circule-en-france\\_AN-202004240232.html](https://www.bfmtv.com/sante/covid-19-comment-le-virus-a-circule-en-france_AN-202004240232.html) > (Consulté le 24 mai 2022).
- Combe, M. 2012. *Hazaribagh, cuir toxique* [En ligne]. *Nat. Sci.* Disponible sur : < <https://www.natura-sciences.com/culture/hazaribagh-cuir-toxique.html> > (Consulté le 27 mai 2022).

- Combessie, Jean-Claude. 2007. « II. L'entretien semi-directif ». Paris : La Découverte, p. 24-32. Disponible sur : < <https://www.cairn.info/la-methode-en-sociologie--9782707152411-p-24.htm> > ISBN : 978-2-7071-5241-1.
- Confédération européenne de l'industrie de la chaussure. 2022a. « About European Confederation of the Footwear Industry ». Dans : *Eur. Footwear Confed.* [En ligne]. Disponible sur : < <http://cec-footwearindustry.eu/about-cec/> > (Consulté le 19 mai 2022).
- . 2022b. « Members and Observers ». Dans : *Eur. Footwear Confed.* [En ligne]. Disponible sur : < <http://cec-footwearindustry.eu/about-cec/members-and-observers/> > (Consulté le 19 mai 2022).
- Conseil National du Cuir. 2022a. « Annuaire des établissements ». Dans : *Cons. Natl. Cuir* [En ligne]. Disponible sur : < <https://conseilnationalducuir.org/guide/annuaire> > (Consulté le 18 mars 2022).
- . 2022b. « Autres organisations ». Dans : *Cons. Natl. Cuir* [En ligne]. Disponible sur : < <https://conseilnationalducuir.org/autres-organisations?type=4> > (Consulté le 19 mai 2022).
- . 2022c. « La filière française du Cuir, 4ème exportateur mondial du secteur, affiche une balance commerciale excédentaire ». Disponible sur : < <https://conseilnationalducuir.org/presse/communiqués> > (Consulté le 5 mai 2022).
- . 2022d. *Le commerce extérieur de la filière française du Cuir 2021* [En ligne]. Conseil National du Cuir. Conseil National du Cuir, 36 p. Disponible sur : < <https://conseilnationalducuir.org/le-commerce-exterieur> > (Consulté le 11 mai 2022).
- . 2022e. « Les Fédérations | Conseil National du Cuir ». Dans : *Cons. Natl. Cuir* [En ligne]. Disponible sur : < <https://conseilnationalducuir.org/federations?type=All> > (Consulté le 12 mai 2022).
- . 2022f. « Les missions et actions du CNC | Conseil National du Cuir ». Dans : *Cons. Natl. Cuir* [En ligne]. Disponible sur : < <https://conseilnationalducuir.org/missions-et-actions-du-cnc> > (Consulté le 12 mai 2022).
- . 2022g. « Présentation | Conseil National du Cuir ». Dans : *Cons. Natl. Cuir* [En ligne]. Disponible sur : < <https://conseilnationalducuir.org/presentation-conseil-national-du-cuir> > (Consulté le 12 mai 2022).
- . 2022h. *RSE, emplois, formations et compétitivité au cœur des enjeux 2022 de la filière française du Cuir* [En ligne]. Disponible sur : < <https://conseilnationalducuir.org/presse/communiqués/2022-01-25> > (Consulté le 24 mai 2022).
- . 2016. *Utilisation du mot cuir, définition et usage* [En ligne]. Disponible sur : < <https://conseilnationalducuir.org/presse/communiqués/2016-05-24> > (Consulté le 10 mai 2022).
- Corbières, M., et N. Larivière. 2020. *Méthodes qualitatives, quantitatives et mixtes*. Presses de l'Université du Québec. Québec : 880 p. ISBN : 978-2-7605-5139-8.

- COTANCE. 2021a. « About us - Euroleather ». Dans : *Euroleather* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.euroleather.com/about-us> > (Consulté le 19 mai 2022).
- . 2018. *Devoir de Précaution pour un environnement de travail sain dans l'Industrie de la Tannerie Rapport Final*.
- . 2021b. « S4TCLF News ». Dans : *Euroleather* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.euroleather.com/component/tags/tag/s4tclf-news> > (Consulté le 6 juillet 2022).
- COTANCE et IndustriAll-Europe. 2020. *Rapport Social et Environnemental 2020* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.euroleather.com/leather/documents/954-2020-social-and-environmental-report> > (Consulté le 4 juillet 2022).
- Crédoc. 2012. « Evolution de la consommation de viande en France ». Dans : *Comportements et Consommations Alimentaires en France*. p. 5.
- Crevel, P. 2021. « Le luxe, l'atout-maître de l'économie française - Dirigeant.fr ». Dans : *Dirigeant* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.dirigeant.fr/economie/8461/> > (Consulté le 11 mai 2022).
- Daquino, P. 2007. *Empowerment et participation : comment mieux cadrer les effets possibles des démarches participatives ?* [En ligne]. Disponible sur : < <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00157747> > (Consulté le 26 août 2022).
- Degeorge, Jean-Michel. 2015. « Méthodologie qualitative et processus : deux frontières de la recherche en entrepreneuriat ». *Rev. L'Entrepreneuriat*. Vol. 14, n°1, p. 7-13.
- Dehecq, J.-F. et Ministère de l'Industrie. 2010. *Etats généraux de l'Industrie* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.vie-publique.fr/rapport/30879-etats-generaux-de-lindustrie-rapport-final> > (Consulté le 25 avril 2022).
- Dewintre, H. 2021. « Un tiers des jeunes pense que le cuir n'est pas une matière d'origine animale ». Dans : *Fash. United* [En ligne]. Disponible sur : < <https://fashionunited.fr/actualite/business/un-tiers-des-jeunes-pense-que-le-cuir-n-est-pas-une-matiere-d-origine-animale/2021120628535> > (Consulté le 24 mai 2022).
- Di Mèo, G. 1984. *La crise du système industriel, en France, au début des années 1980* [En ligne]. *Persée*. Vol. 93, p. 326-349. Disponible sur : < [https://www.persee.fr/doc/geo\\_0003-4010\\_1984\\_num\\_93\\_517\\_20268](https://www.persee.fr/doc/geo_0003-4010_1984_num_93_517_20268) > (Consulté le 9 mai 2022).
- DRAAF Occitanie. 2020a. *Abattoirs de boucherie* [En ligne]. Disponible sur : < <https://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/carte-des-abattoirs-de-boucherie-a6735.html> > (Consulté le 7 mars 2022).
- . 2010. *Enjeu économique Orientations technico-économiques des exploitations agricoles (2010)* [En ligne]. Disponible sur : < <https://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/Orientation-technico-economique> > (Consulté le 12 mai 2022).
- . 2020b. *Orientations économiques agricoles des communes* [En ligne]. Disponible sur : < <https://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/Orientation-technico-economique> > (Consulté le 12 mai 2022).



Faguer, A. 2021. « Ces matières végétales qui pourraient remplacer le cuir ». Dans : *Echos* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.lesechos.fr/weekend/mode-beaute/ces-matieres-vegetales-qui-pourraient-remplacer-le-cuir-1344909> > (Consulté le 5 mai 2022).

Fédération Française de la Tannerie Mégisserie. 2022a. « Mégissier ». Dans : *Fédération Fr. Tann. Mégiss.* [En ligne]. Disponible sur : < <https://leatherfrance.com/glossaire/megissier> > (Consulté le 10 août 2022).

---. 2022b. « Recherche tanneries mégisseries ». Dans : *Fédération Fr. Tann. Mégiss.* [En ligne]. Disponible sur : < <https://leatherfrance.com/annuaire> > (Consulté le 18 juillet 2022).

---. 2022c. « Tannage minéral ». Dans : *Fédération Fr. Tann. Mégiss.* [En ligne]. Disponible sur : < <https://leatherfrance.com/glossaire/tannage-mineral> > (Consulté le 10 août 2022).

---. 2022d. « Tannage Végétal ». Dans : *Fédération Fr. Tann. Mégiss.* [En ligne]. Disponible sur : < <https://leatherfrance.com/glossaire/tannage-vegetal> > (Consulté le 10 août 2022).

---. 2022e. « Tanneur ». Dans : *Fédération Fr. Tann. Mégiss.* [En ligne]. Disponible sur : < <https://leatherfrance.com/glossaire/tanneur-0> > (Consulté le 10 août 2022).

---. 2022f. « Wet blue ». Dans : *Fédération Fr. Tann. Mégiss.* [En ligne]. Disponible sur : < <https://leatherfrance.com/glossaire/wet-blue> > (Consulté le 24 août 2022).

Fédération Française des Cuirs et Peaux. 2022. *Adhérents à la fédération* [En ligne]. *Fédération Fr. Cuirs Peaux.* Disponible sur : < <https://www.cuirsetpeaux.org/adherent/> > (Consulté le 18 mars 2022).

France 2. 2018. « Emploi : la filière de la maroquinerie en pleine expansion ». Dans : *Franceinfo* [En ligne]. Disponible sur : < [https://www.francetvinfo.fr/economie/industrie/emploi-la-filiere-de-la-marquinerie-en-pleine-expansion\\_2928531.html](https://www.francetvinfo.fr/economie/industrie/emploi-la-filiere-de-la-marquinerie-en-pleine-expansion_2928531.html) > (Consulté le 27 mai 2022).

France Assos Santé. 2021. *Consommation de viande : moins et mieux* [En ligne]. *Fr. Assos Santé.* Disponible sur : < <https://www.france-assos-sante.org/2021/08/31/consommation-de-viande-moins-et-mieux/> > (Consulté le 6 juillet 2022).

François, L. 1939. *Les industries du cuir en France* [En ligne]. *Inf. Géographique*. Vol. 3, p. 208-213. Disponible sur : < [https://www.persee.fr/doc/ingeo\\_0020-0093\\_1939\\_num\\_3\\_5\\_4961](https://www.persee.fr/doc/ingeo_0020-0093_1939_num_3_5_4961) >

Grand View Research. 2022. « About Us ». Dans : *Gd. View Res.* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.grandviewresearch.com/info/about-us> > (Consulté le 11 août 2022).

---. 2021. *Synthetic Leather Market Size, Share & Trends Analysis Report By Type (PU, PVC, Bio-based), By Application (Footwear, Clothing, Furnishing, Automotive, Wallets, Bags & Purses), By Region, And Segment Forecasts, 2022 - 2030* [En ligne]. Grand View Research, Disponible sur : < <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/synthetic-leather-market> > (Consulté le 23 août 2022).

- Graulhet Le Cuir. 2022. *Les entreprises* [En ligne]. *Graulhet Cuir*. Disponible sur : < <https://www.graulhetlecuir.fr/adherents/> > (Consulté le 18 mars 2022).
- Guinebault, M. 2020. « Filière cuir: net recul du chiffre d'affaires depuis le début 2020 ». Dans : *FashionNetwork.com* [En ligne]. Disponible sur : < <https://fr.fashionnetwork.com/news/Filiere-cuir-net-recul-du-chiffre-d-affaires-depuis-le-debut-2020,1252987.html> > (Consulté le 11 mai 2022).
- . 2022. « La filière française du cuir a dopé de 24% ses exportations en 2021 ». Dans : *FashionNetwork.com* [En ligne]. Disponible sur : < <https://fr.fashionnetwork.com/news/La-filiere-francaise-du-cuir-a-dope-de-24-ses-exportations-en-2021,1371704.html> > (Consulté le 24 mai 2022).
- Hammami, Y. 2022. « KHOL : qui sont les géants du luxe français ? » Dans : *Big Média* [En ligne]. Disponible sur : < <https://bigmedia.bpifrance.fr/news/khol-qui-sont-les-geants-du-luxe-francais> > (Consulté le 11 mai 2022).
- Hermès. 2019. *Document d'Enregistrement Universel 2019* [En ligne]. Hermès International. Hermès International, 468 p. Disponible sur : < [https://assets-finance.hermes.com/s3fs-public/node/pdf\\_file/2020-04/hermes\\_2019\\_URD\\_fr.pdf](https://assets-finance.hermes.com/s3fs-public/node/pdf_file/2020-04/hermes_2019_URD_fr.pdf) > (Consulté le 5 juillet 2022).
- . 2021. *Document d'Enregistrement Universel 2021* [En ligne]. Hermès International. Hermès International, 536 p. Disponible sur : < <https://finance.hermes.com/fr/organes-sociaux-reglements-interieurs-statuts/> > (Consulté le 22 juin 2022).
- Il était une veggie. 2018. *Cuir vegan ou cuir végétal : Enfin 8 alternatives au cuir* [En ligne]. *Il Était Une Veggie*. Disponible sur : < <https://iletaituneveggie.com/cuir-vegan-cuir-vegetal-decouvrez-les-vraies-alternatives-au-cuir/> > (Consulté le 24 mai 2022).
- IndustriAll-Europe. 2022. « About Us ». Dans : *Ind. Eur. Trade Union* [En ligne]. Disponible sur : < <https://news.industrial-europe.eu/p/about-us> > (Consulté le 4 juillet 2022).
- Interbev. 2017. *PLAN DE LA FILIERE OVINE*.
- Interbev Occitanie. 2022. *ÉTAT DES LIEUX DES ABATTOIRS DE LA RÉGION OCCITANIE ET ÉVALUATION DES STRATÉGIES DES ACTEURS DE L'AMONT ET DE L'AVAL* [En ligne]. Disponible sur : < [https://www.interbevoccitanie.fr/filiere/etude\\_abattoirs.php](https://www.interbevoccitanie.fr/filiere/etude_abattoirs.php) > (Consulté le 22 août 2022).
- International Council of Hide Skin & Leather Traders Associations. 2022a. « About ». Dans : *ICHSLTA Int. Counc. Hides Ski. Leather Traders Assoc.* [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.ichslta.com/index.php/about/> > (Consulté le 4 juillet 2022).
- . 2022b. « ICHSLTA: International Council of Hides, Skins and Leather Traders Association: Home ». Dans : *Int. Counc. Hides Ski. Leather Traders Assoc.* [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.ichslta.com/> > (Consulté le 18 mai 2022).
- . 2022c. « ICHSLTA: International Council of Hides, Skins and Leather Traders Association: Members ». Disponible sur : < <http://www.ichslta.com/index.php/ichslta-members/> > (Consulté le 5 mai 2022).
- International Council of Tanners. 2021a. *About ICT* [En ligne]. Disponible sur : < <https://leather-council.org/what-we-do/about-ict/> > (Consulté le 18 mai 2022).

---. 2021b. *Global Leather Co-ordinating Committee (GLCC) | ICT Leather* [En ligne]. *Glob. Resour. Leather Ind.* Disponible sur : < <https://leather-council.org/information/global-leather-co-ordinating-committee-glcc/> > (Consulté le 5 mai 2022).

---. 2021c. *National Associations in Active Membership of ICT | ICT Leather* [En ligne]. Disponible sur : < <https://leather-council.org/ict-membership/national-associations-in-active-membership-of-ict/> > (Consulté le 5 mai 2022).

---. 2021d. *Statistics & Sources of Information | ICT Leather* [En ligne]. *Glob. Resour. Leather Ind.* Disponible sur : < <https://leather-council.org/information/statistics-sources-of-information/> > (Consulté le 5 mai 2022).

International Union of Leather Technologists and Chemists Societies. 2020a. *History* [En ligne]. *IULTCS*. Disponible sur : < <https://iultcs.org/documents/history/> > (Consulté le 18 mai 2022).

---. 2020b. *Member Representatives* [En ligne]. *IULTCS*. Disponible sur : < <https://iultcs.org/executive-committee/member-representatives/> > (Consulté le 5 mai 2022).

International Union of Shoe Industry Technicians. 2021. « 21st UITIC International Footwear Congress postponed to 2022 ». Dans : *World Footwear* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.worldfootwear.com/news.asp?id=6162> > (Consulté le 18 mai 2022).

---. 2022. « UITIC - Members ». Dans : *UITIC* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.uitic.org/members-6-1.html> > (Consulté le 18 mai 2022).

Jeanne, D. 2021. « Les Français ont acheté plus de viande en 2020, mais ils en ont mangé moins ». Dans : *Web-Agrifr* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.web-agri.fr/vaches-allaitantes-pmtva/article/180472/les-francais-ont-mange-plus-de-viande-a-la-maison-en-2020> > (Consulté le 6 juillet 2022).

La Dépêche. 2019. « Graulhet a le cuir dans la peau ». *ladepeche.fr* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.ladepeche.fr/2019/10/18/graulhet-a-le-cuir-dans-la-peau,8488318.php> > (Consulté le 18 mars 2022).

La Dépêche. 2020. « Pomme, ananas, champignon : des alternatives durables au cuir animal ». Dans : *ladepeche.fr* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.ladepeche.fr/2020/11/01/pomme-ananas-champignon-des-alternatives-durables-au-cuir-animal-9176053.php> > (Consulté le 24 mai 2022).

La langue française. 2022. « Définition de mégissage | Dictionnaire français ». Dans : *Lang. Fr.* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/megissage> > (Consulté le 10 août 2022).

Le feuillet. 2022. « La perception du cuir par les Français ». Dans : *LE FEUILLET* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.lefeuillet.tv/articles/le-cuir-et-les-francais> > (Consulté le 24 mai 2022).

Le Guen, A. 2007. [Thèse]. *ETAT DES LIEUX ET PISTES D'OPTIMISATION DE LA FILIERE ENGRAISSEMENT DES AGNEAUX DU GROUPEMENT DE*

*PRODUCTEURS UNICOR (AVEYRON)*. Université Claude-Bernard - Lyon I : Ecole Nationale Vétérinaire de Lyon, 110 p.

Leather Naturally. 2022a. « About Leather Naturally ». Dans : *Leather Nat.* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.leathernaturally.org/Our-Story/About-LN> > (Consulté le 19 mai 2022).

---. 2022b. « Our members ». Dans : *Leather Nat.* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.leathernaturally.org/Our-Story/Our-members> > (Consulté le 19 mai 2022).

L'Intendance. 2022. *Les fruits et légumes moches : un beau gaspillage alimentaire* [En ligne]. *L'Intendance*. Disponible sur : < <https://www.lintendance.co/blog/fruits-legumes-moches-gaspillage-alimentaire> > (Consulté le 25 août 2022).

LMCD International. 2019. « La filière cuir du Massif Central ». p. 51.

LWG. 2022a. « About Us ». Dans : *Leather Work. Group* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.leatherworkinggroup.com/who-we-are/about-us> > (Consulté le 5 juillet 2022).

---. 2022b. « Leather Manufacturer Audit Protocol 7 ». Dans : *Leather Work. Group* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.leatherworkinggroup.com/how-we-work/audit-protocols/leather-manufacturer-audit-protocol-7-0> > (Consulté le 5 juillet 2022).

Mappy. 2022. *Mappy - Plans, comparateur d'itinéraires et cartes de France* [En ligne]. Disponible sur : < <https://fr.mappy.com/#/suggestion> > (Consulté le 8 août 2022).

Ménard, J.-M. 2019a. « Cuirs exotiques : l'enjeu crucial du bien-être animal et de la traçabilité ». *Leather Fash. Des. LFD* [En ligne]. Disponible sur : < <https://leatherfashiondesign.fr/cuirs-exotiques-tracabilite/> > (Consulté le 5 juillet 2022).

---. 2019b. « REACH : un règlement européen en constante évolution ». *Leather Fash. Des. LFD* [En ligne]. Disponible sur : < <https://leatherfashiondesign.fr/reach-reglement-europeen/> > (Consulté le 4 juillet 2022).

Office québécois de la langue française. 2006. « Grand dictionnaire terminologique - pied carré ». Dans : *Off. Qué. Lang. Fr.* [En ligne]. Disponible sur : < [https://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id\\_Fiche=8368826](https://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=8368826) > (Consulté le 11 août 2022).

OPCO 2i. 2020a. « Cuirs et Peaux ». Dans : *Panorama des branches professionnelles 2020*. p. 17. Disponible sur : < <https://www.opco2i.fr/wp-content/uploads/2021/03/opco2i-observatoire-panorama-cuirs-peaux-2020.pdf> > (Consulté le 27 mai 2022).

---. 2020b. « Maroquinerie ». Dans : *Panorama des branches professionnelles 2020*. p. 17. Disponible sur : < <https://www.opco2i.fr/wp-content/uploads/2021/03/opco2i-observatoire-panorama-maroquinerie-2020.pdf> > (Consulté le 27 mai 2022).

Organisation internationale du Travail. 2022. « Textiles; vêtements; cuir; chaussures ». Dans : *Organ. Int. Trav.* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.ilo.org/global/industries-and-sectors/textiles-clothing-leather-footwear/lang--fr/index.htm> > (Consulté le 6 juillet 2022).

- Paillé, Pierre, et Alex Mucchielli. 2012. « Chapitre 11 - L'analyse thématique ». Dans : *Anal. Qual. En Sci. Hum. Soc.* [En ligne]. Paris : Armand Colin, p. 231-314. Disponible sur : < <https://www.cairn.info/l-analyse-qualitative-en-sciences-humaines--9782200249045-p-231.htm> > ISBN : 978-2-200-24904-5.
- Pôle Emploi. 2022. « Trouver ma formation ». Disponible sur : < <https://candidat.pole-emploi.fr/formations/recherche?ou=REGION-76&quoi=DOMAINE-218&range=40-49&tri=0> > (Consulté le 18 mars 2022).
- Pyrénées-Méditerranée, Région Occitanie /. 2017a. « Agriculture, Viticulture ». Dans : *Région Occ. Pyrén.-Méditerranée* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.laregion.fr/Agriculture-Viticulture-Alimentation> > (Consulté le 12 mai 2022).
- . 2017b. « Ma région en chiffres ». Dans : *Région Occ. Pyrén.-Méditerranée* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.laregion.fr/Ma-region-en-chiffres> > (Consulté le 12 mai 2022).
- Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée. 2017. « Les atouts économiques ». Dans : *Région Occ. Pyrén.-Méditerranée* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.laregion.fr/Les-atouts-economiques-35340> > (Consulté le 12 mai 2022).
- République Française. 2022. « Gratification minimale d'un stagiaire étudiant ou élève dans une entreprise ». Dans : *Serv.-Publicfr* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F32131> > (Consulté le 8 août 2022).
- Roesslinger, E. 2020. « La traçabilité des cuirs et peaux bruts, un enjeu majeur pour la filière ». *Leather Fash. Des. LFD* [En ligne]. Disponible sur : < <https://leatherfashiondesign.fr/tracabilite-cuirs-peaux-bruts-enjeu-filiere/> > (Consulté le 5 juillet 2022).
- Seara, J., S. Boger, C. Hase, V. Von Berlepsch, et S. Deichmann. 2018. « Sustainability Is Good Business for Fashion ». Dans : *Boston Consult. Group* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.bcg.com/pl-pl/publications/2018/sustainability-good-business-fashion> > (Consulté le 23 août 2022).
- Skills 4 Smart TCLF 2030. 2020a. *Home* [En ligne]. *Ski. TCLF Ind. 2030*. Disponible sur : < <https://s4tclfblueprint.eu/> > (Consulté le 6 juillet 2022).
- . 2020b. *Partnership* [En ligne]. *Ski. TCLF Ind. 2030*. Disponible sur : < <https://s4tclfblueprint.eu/project/partnership/> > (Consulté le 6 juillet 2022).
- Statistique Canada. 2003. « Techniques d'enquête ». *Stat. Can.* Vol. 29, n°12-001-XIF, p. 13.
- Studyrama. 2022. « La maroquinerie mise sur l'alternance pour recruter ses futurs artisans ! » Dans : *Studyrama.com* [En ligne]. Disponible sur : < <https://www.studyrama.com/formations/specialites/mode-textile/la-marquinerie-veut-attirer-les-jeunes-vers-ses-109421> > (Consulté le 27 mai 2022).
- Technofashion World. 2019. « Frumat, the Leather Alternative Made from Apples ». *Technofashion World* [En ligne]. Disponible sur :



< <http://www.technofashionworld.com/frumat-the-leather-alternative-made-from-apples/> > (Consulté le 24 mai 2022).

Wilhelm, M. 2014. *Echantillonnage boule de neige*. Université de Neuchâtel : Office fédérale de la statistique,

## Glossaire

Terme	Définition
Tannage	Travail du tanneur autrement dit l'action de tanner au sein des tanneries (Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales, 2022a).
Tannage végétal	Action de tanner le cuir avec l'utilisation de tannins végétaux comme des écorces, des fruits, des racines ou des feuilles. Il est en opposition avec le tannage minéral où les tannins utilisés sont à base de sulfate de chrome (Fédération Française de la Tannerie Mégisserie, 2022d ; Fédération Française de la Tannerie Mégisserie, 2022c).
Mégissage	Travail du mégissier autrement dit l'action de mégisser au sein des mégisseries (La langue française, 2022).
Tannerie	Entreprise transformant les peaux d'animaux de grandes tailles (veaux, vaches, taureaux, ...) en Cuir par des opérations de tannage. Ces opérations sont réalisées par des tanneurs (Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales, 2022b ; Fédération Française de la Tannerie Mégisserie, 2022e).
Mégisserie	Entreprise transformant les peaux d'animaux de petites tailles (agneaux, moutons, chèvres, ...) en Cuir par des opérations de mégissage. Ces opérations sont réalisés par des mégissiers (Fédération Française de la Tannerie Mégisserie, 2022a).
Wet blue	Terme anglais qui désigne le cuir bleu obtenu après un tannage minéral. Cette opération est réalisée avant celle de teinture et de nourriture du Cuir (Fédération Française de la Tannerie Mégisserie, 2022f).
Pied carré	Unité de mesure anglo-saxonne de superficie d'un pied sur un pied équivalent à 0,0929 m <sup>2</sup> (Office québécois de la langue française, 2006)

## Table des figures

FIGURE 1 : STRUCTURATION GLOBALE DE LA FILIERE CUIR INTERNATIONALE.....	4
FIGURE 2 : STRUCTURATION DE LA FILIERE CUIR FRANÇAISE.....	11
FIGURE 3 : LES ORIENTATIONS TECHNO-ECONOMIQUES DES EXPLOITATIONS AGRICOLES OCCITANES EN 2020.....	15
FIGURE 4 : PLAN METHODOLOGIQUE MIS EN PLACE.....	21
FIGURE 5 : METHODE D'ECHANTILLONNAGE "BOULE DE NEIGE" APPLIQUEE AU POLE CUIR AVEYRONNAIS .....	24
FIGURE 6 : REPARTITION DES ENTRETIENS SUR LA CHAINE DES ACTEURS DE LA FILIERE CUIR OCCITANE.....	26
FIGURE 7 : INVITATION ENVOYEE PAR MAIL POUR L'ATELIER PARTICIPATIF .....	28
FIGURE 8 : PRESENTATION DES PREMIERS RESULTATS DU STAGE DE FIN D'ETUDES.....	28
FIGURE 9 : DIAPOSITIVE AFFICHEE A L'ECRAN LORS DU VOTE A MAIN LEEVEE .....	29
FIGURE 10 : DIAPOSITIVES IMPRIMEES POUR APPUYER LES REFLEXIONS EN GROUPES.....	29
FIGURE 11 : RESTITUTION DES REFLEXIONS DE GROUPES .....	30
FIGURE 12 : CLOTURE DE L'ATELIER PARTICIPATIF.....	30
FIGURE 13 : CARTOGRAPHIE DES ABATTOIRS REGIONAUX .....	32
FIGURE 14 : CARTOGRAPHIE DES NEGOCIANTS - COLLECTEURS DE PEAUX, DES TANNERIES ET DES MEGISSERIES DE LA REGION OCCITANIE .....	33
FIGURE 15 : CARTOGRAPHIE DES MANUFACTURES DE LA REGION OCCITANIE.....	34
FIGURE 16 : CARTOGRAPHIE DES LIEUX DE FORMATION DE LA REGION OCCITANIE .....	35
FIGURE 17 : SCHEMA FILIERE RECONSTITUEE GRACE AUX ENQUETES .....	36
FIGURE 18 : SCHEMA DU NIVEAU TERRITORIAL DES FOURNISSEURS DES ARTISANS RENCONTRES.....	38
FIGURE 19 : REPARTITION DES ACTEURS ENQUETES PAR SECTEUR D'ACTIVITE.....	39
FIGURE 20 : NUAGE DE MOTS SUR LA FILIERE CUIR GLOBALE .....	45
FIGURE 21 : REPARTITION DES NOTES ATTRIBUEES PAR LES ACTEURS DE LA FILIERE CUIR ENQUETES SUR SON DEVELOPPEMENT ET SON DYNAMISME ACTUELS ET A VENIR .....	47
FIGURE 22 : CLASSEMENT DES TROIS THEMATIQUES LES PLUS MENTIONNEES PAR LES 27 ACTEURS ENQUETES POUR LES ENJEUX DU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE CUIR.....	48
FIGURE 23 : POSTER REALISE SUR LE THEME 2 "DYNAMIQUES COLLECTIVES" .....	51
FIGURE 24 : POSTER REALISE SUR LE THEME 4 "EMPLOI, FORMATION ET RECRUTEMENT" .....	52
FIGURE 25 : POSTER REALISE SUR LE THEME 1 "APPROVISIONNEMENT EN CUIRS ET PEAUX" .....	53
FIGURE 26 : POSTER REALISE SUR LE THEME 5 "IMAGE DU CUIR ET COMMUNICATION".....	53
FIGURE 27 : CAMPAGNE PUBLICITAIRE POUR LES FRUITS ET LES LEGUMES MOCHES.....	64
FIGURE 28 : PROTOTYPE DE LA GAMME DE "CUIRS MOCHES" .....	64

## Table des tableaux

TABLEAU 1 : STRUCTURATION DES GUIDES D'ENTRETIENS SEMI-DIRECTIFS PAR TYPOLOGIE D'ACTEURS.....	25
TABLEAU 2 : MATRICE D'ANALYSE QUALITATIVE DES ENTRETIENS SEMI-DIRECTIFS REALISES.....	26
TABLEAU 3 : TYPOLOGIE DES ACTEURS DE LA FILIERE CUIR RENCONTRES .....	44
TABLEAU 4 : ANALYSE DETAILLEE DES MOTS-CLES ENONCES PAR LES ACTEURS DE LA FILIERE CUIR RENCONTRES .....	46
TABLEAU 5 : RESUME DES THEMATIQUES ET DES AXES DE DEVELOPPEMENT ENONCES PAR LES PARTICIPANTS A L'ATELIER PARTICIPATIF (DEDIES A LA FILIERE CUIR OCCITANE).....	54
TABLEAU 6 : PLAN D'ACTION DE L'ETUDE DE L'AMONT DE LA FILIERE CUIR .....	58
TABLEAU 7 : PLAN D'ACTION DE L'ETUDE DE LA FILIERE CUIR TARNAISE .....	61

# Table des matières

SOMMAIRE.....	IV
SIGLES ET ABBREVIATIONS.....	V
<b>INTRODUCTION GENERALE .....</b>	<b>1</b>
<b>PARTIE 1: CONTEXTE.....</b>	<b>2</b>
1 STRUCTURATION ET ENJEUX DE LA FILIERE CUIR AUX ECHELLES INTERNATIONALE ET EUROPEENNE .....	3
1.1 <i>Principaux acteurs et marchés</i> .....	3
1.2 <i>Organisation des acteurs</i> .....	3
1.2.1 Au niveau mondial .....	3
1.2.2 Au niveau européen.....	5
1.3 <i>Les enjeux internationaux de la filière Cuir</i> .....	6
1.3.1 La traçabilité du Cuir : un enjeu mondialisé et une solution transversale .....	6
1.3.2 Les enjeux industriels relatifs au maintien de l'appellation « Cuir » et de sa qualité .....	7
1.3.3 Les enjeux environnementaux .....	7
1.3.4 Les enjeux sociaux.....	8
2 STRUCTURATION ET ENJEUX DE LA FILIERE CUIR EN FRANCE.....	9
2.1 <i>Principaux acteurs et marchés</i> .....	9
2.2 <i>Organisation des acteurs</i> .....	10
2.3 <i>Les enjeux de la filière Cuir nationale</i> .....	12
2.3.1 Les enjeux de communication au cœur de la filière Cuir nationale .....	12
2.3.2 Les enjeux d'emploi et de formation .....	13
2.3.3 Les enjeux sociaux et environnementaux au travers de la responsabilité sociétale des entreprises ...	14
3 L'OCCITANIE : UNE REGION OVINE ET PRODUCTRICE HISTORIQUE DE CUIR .....	15
4 LE POLE CUIRS & PEAUX AVEYRON, UN ACTEUR IMPORTANT DE LA FILIERE S'ENGAGEANT POUR SA REDYNAMISATION..	16
5 PROBLEMATIQUE.....	18
<b>PARTIE 2 : METHODOLOGIE .....</b>	<b>19</b>
1 METHODOLOGIE GENERALE .....	20
2 ANALYSE EXPLORATOIRE POUR APPREHENDER LES ENJEUX DE LA FILIERE CUIR .....	22
3 CARACTERISATION DES ACTEURS CLES DE LA FILIERE CUIR REGIONALE .....	23
3.1 <i>Réalisation d'une enquête qualitative auprès d'une diversité d'acteurs de la filière</i> .....	23
3.1.1 Objectifs et choix des acteurs enquêtés .....	23
3.1.2 Elaboration des guides d'entretien semi-directifs .....	24
3.1.3 Réalisation des entretiens et retranscription.....	25
3.2 <i>Analyse thématique des entretiens semi-directifs</i> .....	26
4 IDENTIFICATION DES PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE CUIR REGIONALE.....	27
4.1 <i>Objectifs</i> .....	27
4.2 <i>Invitation à participer</i> .....	27
4.3 <i>Déroulement de l'atelier participatif</i> .....	28
4.3.1 Présentation des premiers résultats de l'enquête qualitative .....	28
4.3.2 Priorisation des enjeux par un vote à main levée .....	28
4.3.3 Répartition des participants en 4 groupes .....	29
4.3.4 Réflexions et restitutions par groupes .....	29
4.3.5 Clôture de l'atelier .....	30
4.4 <i>Analyse de l'atelier participatif</i> .....	30
<b>PARTIE 3 : RESULTATS.....</b>	<b>31</b>
1 LES ACTEURS DU CUIR REGIONAUX : UNE POLARISATION ENTRE TARN ET AVEYRON.....	32
1.1 <i>Deux pôles d'élevage et d'abattage</i> .....	32
1.2 <i>Deux pôles de production du Cuir</i> .....	33



1.3	<i>Deux pôles de manufactures</i> .....	33
1.4	<i>Deux pôles de formation</i> .....	35
2	LES PRINCIPAUX ACTEURS DE LA FILIERE CUIR DANS LE DEPARTEMENT DE L'AVEYRON ET LEUR STRUCTURATION .....	36
3	LA PERCEPTION DE LA FILIERE CUIR ET DE SON DEVELOPPEMENT PAR SES ACTEURS .....	38
3.1	<i>Une diversité de profils d'acteurs</i> .....	38
3.1.1	Les acteurs de l'aval .....	39
	Les acteurs indépendants .....	40
	Les acteurs étroitement liés à l'industrie du Luxe .....	40
	Les acteurs intégrés .....	41
3.1.2	Les acteurs institutionnels .....	41
3.1.3	Les acteurs « amont » .....	42
3.2	<i>Les perceptions de la filière Cuir</i> .....	45
3.2.1	La filière Cuir actuelle.....	45
3.2.2	Les perceptions du développement de la filière Cuir à venir .....	47
3.2.3	Les principaux enjeux de développement de la filière Cuir.....	48
	Thématique 1 : approvisionnement en Cuirs et Peaux .....	48
	Thématique 2 : dynamiques collectives.....	49
	Thématique 3 : économie .....	49
	Thématique 4 : emploi, formation et recrutement .....	49
	Thématique 5 : image du Cuir et communication.....	50
	Thématique 6 : environnement et écologie.....	50
	Thématique 7 : bien-être animal .....	50
4	L'ATELIER PARTICIPATIF : PRIORISATION DES ENJEUX ET ELABORATION DE PISTES D'ACTION .....	51
4.1	<i>Temps d'échange avec les participants suite à la présentation des enjeux</i> .....	51
4.2	<i>Restitution des travaux de groupe</i> .....	51
4.2.1	Dynamiques collectives.....	51
4.2.2	Emploi, Formation et Recrutement.....	52
4.2.3	Approvisionnements en Cuirs et Peaux .....	52
4.2.4	Image du Cuir et Communication .....	53
4.3	<i>Conclusion et perspectives</i> .....	54
<b>PARTIE 4 : DISCUSSION ET PROPOSITIONS .....</b>		<b>55</b>
1	DISCUSSION .....	56
2	PROPOSITIONS.....	57
2.1	<i>Maintenir la dynamique collective et construire une stratégie économique à l'échelle de la région</i> 57	
2.1.1	Etudier l'Amont de la filière Cuir régionale .....	57
	Contenu de la proposition .....	57
	Plan d'action et budgétisation de l'étude.....	58
2.1.2	Etudier la filière Cuir tarnaise.....	60
	Contenu de la proposition .....	60
	Plan d'action et budgétisation de l'étude .....	61
	Les points de vigilance .....	62
2.2	<i>Revaloriser la peau de l'agneau Lacaune régional</i> .....	63
2.2.1	Nécessité d'un projet économique commun .....	63
2.2.2	Construction d'une marque collective .....	63
	Un concept pour la revalorisation des peaux régionales de toutes qualités .....	63
	Avantages de cette marque.....	64
	Les étapes nécessaires à la mise en place de la marque .....	64
	Les points de vigilance .....	65
<b>CONCLUSION GENERALE .....</b>		<b>66</b>
ANNEXES.....		67
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES .....		135

GLOSSAIRE.....	145
TABLE DES FIGURES.....	146
TABLE DES TABLEAUX.....	147
TABLE DES MATIERES.....	148
TABLE DES ANNEXES.....	151

## Table des annexes

ANNEXE 1 : SYNTHÈSE DES ACTIONS MENEES AU SEIN DU POLE CUIRS ET PEaux AVEYRON DE 2015 A 2016 .....	67
ANNEXE 2 : GUIDE D'ENTRETIEN UTILISE POUR LES ACTEURS DE L'AMONT DE L'ECHANTILLON .....	68
ANNEXE 3 : GUIDE D'ENTRETIEN UTILISE POUR LES ACTEURS DE L'AVANT DE L'ECHANTILLON.....	77
ANNEXE 4 : GUIDE D'ENTRETIEN UTILISE POUR LES ACTEURS INSTITUTIONNELS DE L'ECHANTILLON .....	84
ANNEXE 5 : LISTE DES PERSONNES ENQUETEEES LORS DE LA PREMIERE PHASE DE COLLECTE DE DONNEES .....	89
ANNEXE 6 : GRILLE UTILISEE POUR LA RETRANSCRIPTION DES ENTRETIENS SUR MICROSOFT EXCEL .....	90
ANNEXE 7 : LISTE DES PERSONNES INVITEES POUR L'ATELIER PARTICIPATIF.....	92
ANNEXE 8 : CAPTURE D'ECRAN DU MAIL ENVOYE A L'ENSEMBLE DES INVITES A L'ATELIER PARTICIPATIF .....	93
ANNEXE 9 : COMPTE-RENDU DE L'ATELIER PARTICIPATIF DU 24 JUIN 2022 .....	95
ANNEXE 10 : SIMULATION DE GRATIFICATION DE STAGE DE 6 MOIS (DE JANVIER A JUIN 2023) .....	132
ANNEXE 11 : ITINERAIRE DE L'EI PURPAN A INTERBEV OCCITANIE SELON MAPPY .....	133
ANNEXE 12 : ITINERAIRE DE L'EI PURPAN A LA MAIRIE DE GRAULHET SELON MAPPY.....	133
ANNEXE 13 : ITINERAIRE DE L'EI PURPAN A LA MAIRIE DE MAZAMET SELON MAPPY .....	134
ANNEXE 14 : SIMULATION DE GRATIFICATION DE STAGE DE 3 MOIS (DE MARS A MAI 2023) .....	134