

Publié le lundi 4 septembre 2017 par Pascale Braun.

Emblem collectionne les artisans d'art



Le groupe francilien constitué au fil des acquisitions veut capitaliser sur le savoir-faire des artisans français.

Déjà propriétaire de la maison Taillardat et des Faienceries et Emaux de Longwy, Emblem verra tomber d'ici à la fin de l'année l'Atelier du Cuivre dans son escarcelle. Basé à Courbevoie (Hauts-de-Seine), cette holding collectionne les entreprises capables de créer des chefs-d'œuvre artisanaux. « *Nos régions regorgent de savoir-faire d'exception et nos architectes d'intérieur sont sollicités dans le monde entier. Nous sommes en mesure de réaliser des pièces uniques* », s'enthousiasme Martin Piétri, directeur général d'Emblem.

Ancien chef du département développement économique de l'Institut de la gestion publique et du développement économique, le quadragénaire a balisé dix-huit mois durant les passerelles entre public et privé avant de franchir le pas. Lié à l'ébénisterie par son histoire familiale et fort du soutien de quatre investisseurs, Martin Piétri a engagé 250 000 euros dans la création d'Emblem, voué dès l'origine à regrouper une dizaine de PME d'artisanat d'art.

Des pièces uniques

La première opportunité s'est présentée au printemps 2015 avec la mise en vente de la maison Taillardat, spécialisée dans la reproduction de meubles de style du XVIII^e siècle. Prospère, l'entreprise orléanaise de 23 salariés détient un show-room à Paris et un atelier d'ébénisterie dans les Vosges. Ses créations décoorent

les palaces tels le Bristol ou le Plaza Athénée et s'exportent à 80 %, en Russie, en Grande-Bretagne et à Dubaï.

Dans la foulée, Emblem a repris, en décembre de la même année, les Faiïneries et Emaux de Longwy et ses 40 salariés. Fondée en 1798, la manufacture lorraine était à la peine depuis longtemps.

Emblem entend segmenter les ventes d'émaux, relancer l'export et proposer aux décorateurs des pièces uniques assorties aux créations de la maison Taillardat. Des designers de renom, dont Vincent Darré et Frédéric Mané, signeront les collections du prochain semestre.

Mieux segmentées, les ventes cibleront plus précisément la clientèle des professionnels et du grand public. La même synergie prévaudra avec les futures acquisitions d'Emblem.

Pascale Braun, journaliste, correspondante à Metz pour Les Echos.