

Puy_De_Dome

Deux cents ans et toujours fringante Deux cents ans et toujours fringante

Forte de 200 ans d'existence la marque Arbalète, basée à Saint-Rémy-sur-Durolle, participera à l'exposition INOVI 10 qui se tiendra au Carrousel du Louvre. À 200 ans la marque Arbalète se porte bien. Fondée en 1810, elle a été rachetée en 1922 par Genès David lors que ce dernier crée sa coutellerie à Saint-Rémy-sur-Durolle. Les origines de la marque devenue aujourd'hui [Arbalète] Genès David restent encore nébuleuses, pour les dirigeants. « On ignore le pourquoi du nom arbalète et ce qui était fabriqué, explique Pierre-Édouard Morin, directeur et designer de la coutellerie. Lors de sa fondation en 1922, la coutellerie faisait des couteaux de poche, des Pradels, des couteaux régionaux, puis le Laguiole a pris beaucoup d'importance. » Au début des années 1960, Jean-Louis, fils de Genès David, a repris la manufacture familiale. La société a pris alors son envol. Elle est passée d'une quinzaine à 106 salariés (*) et a développé le Laguiole sous tous ses aspects avec 400 à 500 modèles au catalogue « sans compter le sur-mesure », souligne Pierre-Édouard Morin. Cependant la concurrence étrangère et la conjoncture économique poussent la coutellerie à prendre nouvelles orientations. Aujourd'hui Pierre-Édouard Morin et

Michelle David ont fait le choix de se tourner vers des produits haut gamme mettant ainsi à profit son savoir-faire de leurs artisans. « On s'est orienté vers des produits haut de gamme car la fabrication française à un coût et nous faisons un travail totalement manuel. Nous avons également notre propre atelier de come. Nous sommes l'une des deux dernières coutelleries en France à maîtriser ce savoir-faire. Les autres sont des indépendants. Notre objectif est de perdurer dans ce sens-là et de valoriser ses savoir-faire. » Mais Arbalète Genès David sait qu'elle doit également innover pour perdurer. Une seconde marque intitulée Signature a été créée en 2008. « Arbalète Genès David regroupe la gamme courante. Avec la marque Signature, qui deviendra au 1er janvier Signature Arbalète, nous sommes en présence d'un produit avec une haute exigence de finition, de recherche, de design et de technique. » Deux couteaux ont ainsi vu le jour sous cette nouvelle marque : le Vulcanien (parrainé par le 3/4 aile de l'ASM Julien Malzieu) en 2009 et Laguium en 2010. Cette stratégie s'est avérée payante car les deux modèles ont chacun été récompensés par un Janus de l'industrie remis deux années de suite à la coutellerie

par l'Institut Français du Design. Ce dernier a également invité la coutellerie à son exposition INOVI 10 au Carrousel du Louvre du 22 décembre au 2 janvier. « Sur 400 marques présentes, nous faisons partie de la dizaine à être sur un panneau individuel et nous serons la seule à faire une démonstration lors du vernissage le 22 décembre. L'un de nos artisans façonnera des blocs de matière pour faire de manche de couteaux. » Pour la manufacture, la voie de l'innovation ne peut que se développer à l'avenir. « L'innovation est présente y compris dans la moyenne gamme. La marque Signature est un élément qui nous différencie des autres. Aujourd'hui il faut innover en permanence. On ne voit pas l'avenir si l'on n'innove pas ». (*) Actuellement Arbalète Genès David compte 32 salariés. Florence Néel-Farina
florence.neel-farina@centrefrance.com