

En moins de 15 ans le nombre d'entreprises de tapisserie-décoration en Alsace est passé de 202 à 103 entreprises. Un tel constat ne dispose pas a priori à l'optimisme et les professionnels rencontrés admettent la gravité de la situation entourant leur secteur d'activité. Mais pris individuellement, ils sont loin de sombrer dans la sinistrose et pour certains c'est même le contraire, puisqu'ils envisagent à court terme de se positionner sur de nouveaux marchés, recherchent des locaux mieux adaptés à leur développement et parfois même envisagent de créer des emplois dans un métier où l'entreprise unipersonnelle dépasse allègrement la barre des 50 %.



# Tapissier-décorateur: un métier phénix qui renaît de ses cendres

## Tapissier-décorateur: un métier phénix qui renaît de ses cendres

**L**es tapissiers-décorateurs ne veulent pas mourir et les « survivants » ne manquent pas d'imagination pour remettre en valeur un métier, qui, tout en se confondant avec la nuit des temps, démontre des facultés d'adaptation et une modernité qui ne demandent qu'à être mieux exprimées. En terme d'entreprise, l'individualisme peut, à juste titre, être considéré comme une force du métier de tapissier-décorateur dans le sens où ses différents acteurs ont chacun une spécificité qu'ils cultivent jalousement, puisque cette marque de fabrique est souvent leur meilleur atout commercial. Là où le bât blesse c'est que, fort de ses particularités, le secteur ne parvient pas à parler d'une même voix et peine par conséquent à se faire entendre

**103**  
entreprises  
en Alsace

de ceux qui ont la capacité de donner satisfaction à ses revendications.

En Alsace, les tapissiers-décorateurs sont certes rassemblés dans une Fédération régionale mais ce sont les trois Corporations du Bas-Rhin, de Colmar Centre-Alsace et du Haut-Rhin Sud qui occupent le terrain et entreprennent des actions, limitées à l'espace géographique où s'exerce leur compétence.

Patrick Debenath de Lautenbach-Zell est Président de la Fédération d'Alsace et de la Corporation obligatoire des tapissiers-décorateurs-selliers et maroquiniers des arondissements de Colmar, Guebwiller et Ribeauvillé. Christophe Hett, « Me Den Sell » à Spechbach-le-Bas, préside aux

destinées de la Corporation du Haut-Rhin Sud et Charles Nimmler dirige celle du Bas-Rhin. Sur certains points, ils ont de leur métier une vision commune et partagent une analyse aussi lucide que circonstanciée. Les variantes apparaissent quand ils abordent l'évolution de leur métier, les moyens de le rendre plus lisible des consommateurs et la détermination de la communication la plus pertinente pour y parvenir.

### Ils tirent leur épingle du jeu

La famille Debenath est à Lautenbach-Zell, dans la vallée de Guebwiller, depuis 1951. Jean-Marie le fondateur a passé la main à Patrick en 1991, lui-même secondé aujourd'hui par son fils Eric; le souci de transmission est donc réglé.

Il suit attentivement l'érosion du nombre d'entreprises dans son secteur. « A Colmar, cinq entreprises ont fermé boutique pour aller travailler à Bâle, chez Jet Aviation pour équiper les cabines des avions » regrette-t-il avec l'accent de la fatalité. Un choix qu'il ne partage pas, surtout qu'à son niveau il constate que son courant d'affaires non seulement

se maintient mais progresse (+ 6 % en 2009) avec une courbe prévisionnelle également ascendante en 2010.

« La crise nous a fait du bien, elle a poussé des gens à investir dans du palpable, une manière d'enrayer la chute de l'argent » commente-t-il se félicitant aussi du « rajeunissement d'une clientèle qui vient nous voir pour s'équiper avec du vrai et du beau ».

Patrick Debenath n'est pas un adepte de la politique de l'autruche. Il sait bien que ses collègues ont perdu de leur compétitivité à cause des prix qui ne peuvent lutter avec ceux de la grande distribution spécialisée, « mais il nous reste la qualité et la personnalisation du travail, chez nous chaque pièce est unique ».

A Spechbach-le-Bas, la zone artisanale accueille deux entreprises dont celle de

**157**  
salariés  
en Alsace

Christophe Hett, maître tapissier-décorateur-sellier qui s'est spécialisé dans la fabrication de fauteuils et tables à usage dentaire et médical.

Même si la sellerie représente 70 % de son chiffre d'affaires, Christophe Hett ne renie en rien sa qualité première de tapissier-décorateur et il est persuadé que les professionnels ayant un savoir-faire avéré et sachant répondre à la demande de la clientèle auront toujours du travail.

### Etre tapissier-décorateur aujourd'hui

Depuis que l'homme existe, il a eu le souci du confort, d'évoluer dans un milieu agréable, intégrant le beau.

Le tapissier-décorateur concourt à l'aménagement des intérieurs et de leur décoration. Il doit posséder une haute qualification professionnelle qu'il déploie dans la mise en œuvre de matériaux fort onéreux pour la création ou la restauration d'objets qui peuvent être de grande valeur. Ses qualités: le goût, la précision, la connaissance des styles, des matériaux à utiliser, une appréciation fine des volumes et des associations de couleurs.



Charles Nimmler:

« Le tapissier-décorateur est plutôt individualiste ».



Patrick Debenath avec son fils Eric :  
« Il faut que nous nous montrions, sinon nous sombrerons dans l'oubli ».

Christophe Hett a entrepris une véritable réflexion sur le devenir de son métier, il ne l'a pas encore couchée sur papier, mais elle est déjà bien avancée.

Il prend le contrepied de la grande distribution spécialisée qui se contente de proposer à la clientèle des produits standardisés sans originalité et sans âme, car les vendeurs ne se déplacent jamais pour voir l'intérieur des maisons et des appartements à décorer.

Avec la clientèle, il prône une relation quasi-fusionnelle, « être en phase avec son goût, son caractère, jusqu'à sa manière d'être et de vivre ». Sans qu'ils

se soient concertés, cette profession de foi est aussi partagée par Patrick Debenath qui avant de faire un quelconque devis « observe le client chez lui et s'imprègne de sa manière de vivre ».

« La décoration, c'est permettre à une personne de s'intégrer harmonieusement dans son chez soi » poursuit Christophe Hett, « nous entrons dans l'intimité des gens, jusque dans la chambre à coucher, c'est une marque de confiance exceptionnelle qui nous est faite, elle relève du secret professionnel ».

## 12 apprentis en Alsace

Le développement durable est pour les tapissiers-décorateurs une nouvelle opportunité de retenir l'attention du consommateur. La plupart des matériaux qu'ils utilisent proviennent de végétaux ou d'animaux. Ils sont renouvelables et recyclables, « notre travail est une valorisation du patrimoine du passé et du présent », explique Christophe Hett. Une valorisation qu'il ne retrouve pas sur le plan fiscal car les travaux des

tapissiers-décorateurs sont assujettis à un taux de 19,6 % qu'ils souhaiteraient ramener à 5,5 %. Mais leur faible représentativité au plan national n'est pas de nature à préjuger du succès d'une telle démarche. Et c'est bien là que leur individualisme revendiqué devient un handicap.

En 2006, Charles Nimmler a proposé à ses collègues bas-rhinois et haut-rhinois de créer une centrale d'achats avec pour objectif d'approvisionner les tapissiers aux meilleures conditions et dégager des ressources pour entreprendre des actions collectives de communication. Une quarantaine de professionnels avaient adhéré à la Centrale de l'Ameublement et de la décoration mais les

esprits n'étaient pas prêts à ce bouleversement d'habitude et la centrale d'achats n'a pu tenir son rôle que 18 mois.

## Manque de communication

Les résultats des tapissiers-décorateurs le démontrent, le métier demeure performant dans le domaine économique. Malheureusement, aux yeux du grand public, son image est diffuse et perçue presque exclusivement pour son activité de rénovation de sièges.

Christophe Hett déplore que dans les foires et salons où les corporations faisaient la promotion du métier, les professionnels se limitaient le plus souvent « à taper des clous », montrant ainsi une vision réductrice, péjorative même, en tout cas peu incitative pour attirer des clients et susciter des vocations.

Charles Nimmler et Patrick Debenath ne disent pas autre chose quand ils prônent une communication exhaustive sur tous les savoir-faire du tapissier-décorateur.

## 33 entreprises agréées pour former des apprentis en Alsace

La corporation du Bas-Rhin étudie actuellement la possibilité d'une présence à la Foire Européenne de Strasbourg et une représentation du métier « in situ » sur la scène des métiers du hall de l'artisanat, toujours suivie par un nombreux public.

La Corporation du Haut-Rhin Sud participe à la journée « Text'ill », organisée par la ville de Mulhouse, sous un chapiteau. Elle était également présente dans l'espace artisanat de la Foire de Mulhouse.

Patrick Debenath est le seul tapissier de son secteur à avoir adhéré à la charte des artisans tapissiers de France, une marque nationale collective, un label axé sur la qualité, avec des engagements vis-à-vis du consommateur.



Christophe Hett : « La décoration, c'est permettre à une personne de s'intégrer harmonieusement dans son chez soi ».

Habitué des portes ouvertes organisées par la CMA, il participe aussi à des salons de proximité et celui organisé avec les autres artisans et commerçants de Lautenbach Zell s'est révélé positif. « Il faut que nous nous montrions, sinon on nous oublie » insiste Patrick Debenath.

### « Un savoir-faire partagé »

Comme la gastronomie, la décoration est une activité bien relayée par les médias. Les nombreux journaux et émissions télévisées ont un caractère incitatif pour de futurs professionnels mais ils donnent de la décoration une image de

facilité et à la clé les gains rapides et substantiels qui ne correspondent pas à la réalité. Ainsi, les artisans tapissiers-décorateurs sont sollicités pour assurer des formations à des adultes qui souhaitent se recycler pour s'établir le plus vite possible à leur compte avec le statut bienheureux d'auto-entrepreneur. Ce n'est pas le genre de collaborateurs dont ils ont besoin. A ce jour, 12 apprentis seulement sont en formation en Alsace.

Christophe Hett a déjà formé 15 apprentis et il n'a pas trop de difficultés à en trouver. Il a une conception personnelle de la formation, à savoir qu'il « ne souhaite pas dispenser un enseignement, mais partager un savoir ».

L'évolution du métier, les nouveaux débouchés qu'il propose (plusieurs



Fabien Sieffert : « Ma présence dans le hall de l'artisanat à la Foire Européenne alimente le carnet de commandes ».

## Fabien Sieffert de Frank Déco

**Ne dites surtout pas à Fabien Sieffert qu'il exerce un métier en voie de disparition, il vous démontrera immédiatement le contraire, avec un exemple irréfutable - le sien -, tiré de l'acquisition d'un savoir-faire jamais assouvi et animé d'une passion reçue, assumée et transmise.**

La rue des Enfants à Strasbourg-Cronenbourg est en réalité une impasse. Cette ruelle, où deux voitures ne peuvent se croiser, abrite pourtant depuis 102 ans, une entreprise de tapisserie-décoration, qui porte toujours le nom de son fondateur associé à la raison sociale, Frank Déco.

Les descendants du fondateur, Eugène Frank, ont exploité l'entreprise jusqu'en 1994, année où elle est reprise par le dernier compagnon encore employé dans la maison, Fabien Sieffert.

### Une clientèle tapissée d'étoiles

Difficile d'imaginer que dans deux pavillons de banlieue, à peine séparés par une étroite courette, sont créés et réalisés les tentures, rideaux et

autres revêtements de sièges, d'établissements hôteliers aussi prestigieux que la Cour du Corbeau à Strasbourg, le Sofitel de Luxembourg et excusez du peu, le Martinez sur la Croisette. Indiscutablement Fabien Sieffert est légitimé à dire que dans son cas « l'emplacement joue peu » !

Persuadé depuis qu'il a repris cette entreprise « historique »

que le rembourrage de sièges ne pouvait plus seul nourrir son bonhomme de tapissier, il s'est diversifié sans attendre dans la décoration tout en se spécialisant dans les tentures et rideaux, quel que soit le style.

Aujourd'hui il réalise son chiffre d'affaires pour moitié avec des entreprises (hôtellerie, restauration, salons de thé, etc.) et des particuliers fidélisés de longue date. Fabien Sieffert s'est patiemment construit une image, reposant sur le service (il passe presque autant de temps chez ses clients que dans son atelier), le souci permanent du travail bien fait et une adap-

tation constante aux canons de la mode.

« Ce qui me fait bouger, c'est la passion ». Par passion, il est devenu chef d'entreprise et c'est elle qu'il transmet aux jeunes qui se succèdent autour de la grande table de travail de la rue des Enfants. Ainsi son apprenti Gabriel Fritsch,

### « c'est la passion qui me fait bouger »

à présent compagnon dans l'entreprise, a obtenu en 2008 le titre de « un

des meilleurs apprentis de France ». Ses « élèves », il les incite à s'établir car « si un chef d'entreprise ne compte pas ses heures, ce n'est pas pour surenchérir sur ses collaborateurs mais parce qu'il est habité par la passion, et le temps passé devient sans importance ».

### Communication et déménagement

Fabien Sieffert est un habitué du hall de l'artisanat à la Foire Européenne de Strasbourg « qui alimente bien le carnet de commandes et permet de se faire connaître ». Avec Corine, son épouse et collaboratrice, ils croient

tapissiers-décorateurs seront présents au salon Egast) devraient permettre un recrutement d'apprentis plus dense. A condition toutefois que les 33 professionnels agréés acceptent de former. Beaucoup à l'heure actuelle s'abstiennent, car travaillant seuls, ils n'ont pas assez de temps à consacrer à la formation.

La réflexion engagée par Christophe Hett dans son fief du Haut-Rhin Sud mériterait un destin régional. Elle contient des pistes intéressantes et originales pour engager ce métier ancestral dans une modernité salubre afin qu'on ne puisse plus dire qu'un métier qui a de beaux jours devant lui, soit en voie de disparition. ■ ■ ■ ■ ■

davantage à une communication individuelle qu'à des actions groupées. « Il faut aller vers les gens avec des idées innovantes, leur parler, leur expliquer. Or chaque tapissier-décorateur a sa sensibilité, sa manière d'être et de faire. La relation que j'ai avec mes clients est très personnelle, elle ne peut être dupliquée, c'est pourquoi je ne crois pas à la communication groupée. C'est la somme des efforts consentis par les tapissiers-décorateurs, chacun à son niveau, qui permettra au métier de retrouver de la reconnaissance, d'étendre le lustre de quelques-uns à beaucoup d'autres ». Même s'il est très attaché, sentimentalement, à son siège de Cronembourg, Fabien Sieffert est conscient qu'il n'est pas facile d'accès et la place lui manque pour l'atelier et le show-room dont il rêve. Il est à la recherche d'un nouveau pied à terre de 250 à 300 m<sup>2</sup> minimum, autour de Strasbourg, où l'immobilier artisanal peine à trouver sa place.



Elizabeth Zerr et Pierre Baumgarten : « Le travail en réseau génère plus de clients ».

## Pierre Baumgarten, la décoration en réseau

**Avec Pierre Baumgarten tapissier-décorateur à Marlenheim, le sacro-saint individualisme de l'artisan est battu en brèche ! Non seulement ce professionnel chevronné s'est associé avec un décoratrice, mais il travaille en réseau avec plusieurs entreprises du second-œuvre et des métiers d'art.**

Le magasin principal de Pierre Baumgarten, « **La Boutique du Cadeau** », anti-chambre de son atelier de tapissier-décorateur, a pignon sur l'artère principale.

### Un tapissier-décorateur « Atipik »

Et, au lieu de maugréer stérilement contre l'ouverture à l'entrée de Marlenheim d'un nouveau centre commercial accolé à une enseigne de la grande distribution, Pierre Baumgarten associé à une décoratrice d'intérieur, Elisabeth Zerr, s'y est installé dans un deuxième magasin baptisé « Atipik », où sont proposés des objets de décoration et des luminaires, dans un style contemporain. Ensemble, ils sont capables, en partant d'une coquille brute, de décorer un appartement ou une maison de A à Z. Et afin de pouvoir répondre à des demandes ne relevant pas

de leur compétence, ils ont constitué avec des artisans du bâtiment et d'autres métiers d'art, un réseau interactif au sein duquel chaque maillon fait travailler l'autre. Effets bénéfiques de cette collaboration : la multiplication des contacts commerciaux avec au bout une activité accrue et pour le client une démarche simplifiée.

« Dans ce métier, il faut être un bon manuel », insiste Pierre Baumgarten, adepte de « l'intelligence des mains » en évoquant la diversité des savoir-faire dont doit être titulaire un tapissier-décorateur. Cela suppose aussi la capacité de s'affranchir des clichés qui réduisent la perception du métier et lui confèrent un caractère désuet et pire encore, mal identifié.

Pour ce faire, il n'hésite pas à mêler le traditionnel et le contemporain. « Cela surprend parfois le client au départ, mais on ne lui demande pas de se défaire d'un décor ou d'un meuble auxquels il est attaché pour de multiples raisons mais simplement d'introduire dans son intérieur du changement et une certaine modernité ».

Pour sa clientèle, Pierre Baumgarten s'astreint constamment à suggérer des idées, à

être inventif et surtout à se renouveler. « Un jour une cliente m'a demandé de faire des rideaux identiques à ceux que j'avais créés pour l'une de ses amies, mon refus l'a d'abord interloquée, mais quand je lui ai rétorqué qu'elle avait sa propre personnalité et qu'elle méritait autre chose qu'une redondance, elle a adhéré à mon argumentation ».

La prochaine échéance de Pierre Baumgarten est le salon Egast (voir page 6) où il sera présent en mars prochain, sur l'espace de la Chambre de Métiers d'Alsace, afin de se faire mieux connaître des professionnels de l'industrie hôtelière et de la restauration, un marché sur lequel il a déjà pris pied, mais qu'il souhaite développer encore.

Ensuite il s'attellera à faire de ses deux enseignes une entité unique, afin d'être encore mieux identifié, car ce membre titulaire de la CMA qui suit avec intérêt les défis de l'artisanat a une idée dynamique de l'avenir de son métier, estimant que « la tendance cocooning n'est pas un phénomène de mode mais une intrusion du développement durable dans le domaine du confort ».