

L'OBJET

Le baigneur Petitcollin joue la carte rétro et haut de gamme



Il résiste, le baigneur Petitcollin. Créé juste avant la Première Guerre mondiale dans une usine de matières plastiques à Étain, dans la Meuse, ce poupon rigide, aux yeux et cheveux peints, a marqué des générations d'enfants. Grâce à sa structure en celluloïd lavable et incassable (contrairement aux poupées de porcelaine, de cire ou de bois), il démocratise la poupée, dont il est le modèle phare jusqu'après la Seconde Guerre mondiale. Il entre dans les foyers notamment via la revue *Modes et Travaux*, dont il est (et reste aujourd'hui) partenaire, et reflète la vision du monde de son temps, avec pour la première fois des modèles de couleur, conformément à l'empire français avant la décolonisation.

Plus de 700 personnes travaillaient à sa fabrication en 1950, à Étain et sur d'autres sites en France. Mais, concurrence des produits d'importation oblige, la marque, de dépôts de bilan en fermetures provisoires, et malgré une diversification des modèles, périclète ensuite, passant de 400 salariés à une dizaine aujourd'hui.

C'est en 1995 que Vilac, fabricant de jouets en bois dans le Jura, rachète l'usine, alors moribonde, avec la ferme intention de préserver un savoir-faire à la française. Jugeant

impossible de résister sur tous les tableaux, seul le cœur de métier, la fabrication du baigneur traditionnel, reste dans la Meuse, la fabrication des vêtements (plus de 10 000 tenues par an) et de chaussures étant délocalisée en Tunisie et en Chine, et les baigneurs à corps souple en Espagne.

Après une remontée lente et laborieuse, celui qui se définit comme la dernière fabrique de poupées en France semble avoir retrouvé sa place, certes très modeste (700 000 € de chiffre d'affaires prévu en 2010), sur le marché. « On vend, tous modèles confondus, 30 000 pièces par an, dont 20

à 25 % à l'étranger, et 10 % au magasin d'Étain. C'est dérisoire face au marché de la poupée, mais nous sommes repartis dans une dynamique de croissance en nous positionnant clairement sur un marché de niche, celui du jouet haut de gamme », explique Yvan Lacroix, directeur de la fabrique Petitcollin chez Vilac, qui cite une fourchette de prix allant de 40 à 100 €, soit jusqu'à 50 % de plus que des produits de supermarché. Les poupées Petitcollin, elles, sont distribuées uniquement chez les détaillants de jouets, dont certaines enseignes de luxe. « On cible des catégories socio-professionnelles supérieures, qui recherchent quelque chose d'original et de qualitatif, aux détails soignés », commente Yvan Lacroix.

Selon lui, les modèles les plus traditionnels, volontairement « rétro », assume-t-il, sont surtout achetés par des collectionneurs, mais des efforts sont faits pour moderniser le look du reste des collections, une gamme bio ayant même fait son apparition l'an dernier et remportant un succès certain.

Conscient que la nostalgie et la fierté du made in France sont de puissants moteurs de l'achat du baigneur Petitcollin, l'usine d'Étain joue également largement la carte de l'ouverture au public : la communauté de commune a créé l'an dernier un musée sur la célèbre poupée, couplé à une visite de la fabrique actuelle, ce qui a créé deux emplois. Ou comment la sauvegard d'une marque va de pair avec le développement local.

ÉLISE DESCAMP
à Metz



Avec 30 000 poupées vendues chaque année, Petitcollin se positionne sur un marché de niche.