

COUTELLERIE FRANÇAISE : PANORAMA ÉCONOMIQUE, ENJEUX ET COMPÉTENCES

Avec l'appui de l'Union des industries des métiers de la métallurgie, la Fédération française de la coutellerie (FFC) a renouvelé l'étude sur le marché français des couteaux et des couverts qu'elle avait déjà menée en 2018. En voici les résultats, décryptés par Stéphane Guillaumont, président de la FFC.

■ Par/by Sophie Komaroff

Offrir International : Quels enseignements tirez-vous de cette enquête relative à la coutellerie française

Stéphane Guillaumont : Cette étude, fondée sur les chiffres 2022, met en évidence que le secteur de la coutellerie française est caractérisé par une concentration importante, avec un nombre limité d'entreprises employant la majorité des salariés. Elle révèle un tissu dense d'entreprises mais très hétérogène, composé de 1 200 sociétés unipersonnelles (artisans, artistes couteliers), 113 entreprises avec un salarié ou plus et une trentaine de sous-traitants spécialisés. On comprend dès lors qu'avec une telle hétérogénéité, la fragmentation de la filière s'accroît : les besoins et les problématiques de développement ne sont évidemment pas les mêmes pour nos PME les plus grandes et nos artisans.

La production française s'élève à 100 millions d'euros par an environ, dont une part importante est destinée au marché national. Les exportations représentent environ 28 % de la production, l'Europe et les États-Unis étant les principaux marchés. Elles n'affichent pas une augmentation significative mais les chiffres sont plutôt encourageants compte-tenu de la dimension et la nature des entreprises. C'est la raison pour laquelle la FFC souhaite renouveler la mission export cette année ou la suivante. Réputée pour sa qualité, son savoir-faire et son design, la coutellerie française jouit d'une image de marque reconnue à l'international.

Par ailleurs, l'étude révèle que le chiffre d'affaires des sept premières entreprises représente plus de 51 % du chiffre d'affaires global : c'est

Offrir International: What are the learnings of this survey on the French knife industry?

Stéphane Guillaumont : The survey is based on 2022 figures, and highlights the fact that the French knifemaking sector is characterised by a significant concentration of businesses – a limited number of businesses employ most people. We learn that the network of businesses is dense but highly diverse, comprising 1200 companies that are sole enterprises (artisans and knife artists), 113 businesses with one or more employees, and around thirty specialist subcontractors. It's clear that with that kind of diversity, the industry's fragmentation is all the more pronounced – our larger small to medium-sized enterprises have very different needs and issues around business development to our artisans. French production amounts to around 100 million Euros a month, with a significant proportion of that going to the French national market. Exports account for around 28% of production, with Europe and the US as the main markets. The figures are encouraging given the scale and nature of the businesses, though there is no massive increase – and it is for that reason that the FFC is keen to refresh its export drive this year or next year. French knifemaking enjoys a good reputation thanks to its quality, good design and expertise, and the brand image is acclaimed at international level.

The survey also reveals that revenue among the top seven businesses represents over 51% of total revenue: that says something about the fragility of many businesses in the industry. Of all knifemaking businesses,

FRENCH KNIFEMAKING: AN ECONOMIC PANORAMA, ISSUES AND SKILLS

Together with the support of the Union of Metallurgy and Mining Industries, the French Federation of Cutlers (FFC) has re-run the survey on the French market of knives and cutlery that it ran in 2018. We bring you the findings, with explanations from FFC president Stéphane Guillaumont.

SOURCE

Panorama économique, enjeux de développement et compétences du secteur de la coutellerie en France – rapport complet – 11 décembre 2023. Cette étude de la FFC a été réalisée avec le concours de l'UIMM Auvergne et financée par l'Observatoire des métiers de la métallurgie. Flashez ce QR code pour accéder à l'intégralité de l'étude.



SOURCE

An economic panorama, issues of development and skills in the knifemaking sector in France – full report – 11 December 2023. The FFC survey was undertaken with the support of the French Union of Metallurgy and Mining Industries (UIMM) of Auvergne, and was financed by the Observatory of Metallurgy Crafts. Scan the QR code to view the full study.

dire la fragilité de nombreuses entreprises de notre filière. 50 % des couteliers emploient entre 1 et 5 salariés, tandis que seules 23 entreprises ont plus de 20 salariés.

Le chiffre d'affaires des couteliers est estimé à 278 millions d'euros en 2022, en croissance de 13 % par rapport à l'étude de 2018. La taille du marché français de la coutellerie est évaluée à 660 millions d'euros (prix consommateur), soit une progression de 10 % en euros courants par rapport à 2018. Ces chiffres sont cependant à interpréter avec prudence, car ils concernent 2022. Corrélé avec l'inflation subie entre 2018 et 2022, c'est très relatif, aux alentours de 2 %. De plus, depuis un an, le marché se contracte. La situation actuelle n'est donc pas tout à fait reflétée par l'étude qui est un instantané à fin 2022.

A quels enjeux est aujourd'hui confrontée la filière ?

Le maintien et la transmission du savoir-faire, essentiels pour préserver la qualité et l'identité de la coutellerie française, sont un sujet de préoccupation. Les couteliers sont en effet face à des difficultés de recrutement et de formation ainsi qu'au vieillissement de leurs collaborateurs, même si l'orientation s'améliore avec l'arrivée de jeunes salariés. Côté recrutement, les tensions concernent principalement les métiers de la production, notamment ceux particulièrement présents dans la coutellerie (polisseur, outilleur, etc.). Le secteur doit donc se moderniser et améliorer l'attractivité de ses métiers.

Autre point d'attention, une concurrence internationale forte, avec une hausse de 72 % des importations depuis 2018. Si la période covid-19 avait ralenti l'entrée de l'Asie sur le marché français, au bénéfice de la fabrication française, force est de constater que cela ne s'est pas maintenu avec la fin de la pandémie. Les importations sont originaires de Chine à 63 % (+ 2 points entre 2018 et 2022), et nous notons l'arrivée de Taïwan dans le palmarès.

Enfin, l'innovation est indispensable pour répondre aux nouvelles attentes des clients. En ces temps de pouvoir d'achat contraint, et malgré une inquiétude générale, les perspectives ne sont pas négatives pour la filière. Oui la vente au détail accuse une baisse, néanmoins le made in France a une vraie portée, c'est indéniable quelle que soit la taille de nos entreprises, mais pas à n'importe quel prix. La coutellerie française est dynamique du fait de la diversité de sa proposition. Il existe un choix considérable en France sur nos typologies de produits, ce qui n'est pas le cas de tous les pays. La France est trop restée sur son marché ces dernières décennies, mais cela a créé une hyperspécialisation avec pléthore de couteaux régionaux... La France a un rapport au couteau en général qui est vraiment particulier, avec une diversité de propositions incroyable. Le taux d'équipement sur notre marché national est dantesque mais la force de nos entreprises réside dans leur capacité à proposer des produits qui vont au-delà de l'usage : ce n'est pas parce qu'on n'a pas besoin d'un couteau qu'on ne l'achète pas. Le couteau est dans les foyers et la poche des consommateurs qui ont un rapport incroyable à cet objet. Cela ne retire rien aux difficultés actuelles mais les entreprises peuvent compter sur leur capacité à proposer un produit qui parle aux clients.

50% have between 1 and 5 employees, while just 23 businesses have more than 20 employees.

Revenue for knifemakers is estimated at 278 million Euros for 2022, a growth of 13% compared to the 2018 survey. The size of the French knifemaking market is valued at 660 million Euros (consumer price), which is a 10% growth in Euros right now, compared to 2018. Those figures should be treated with some caution though, as they relate to 2022 - and when you put them together with the inflation we have seen between 2018 and 2022, the relative growth looks to be around 2%. Furthermore, the market has been shrinking in the last year, meaning that the current situation is not at all reflected in the survey that is a snapshot of the situation in late 2022.

What issues is the industry currently facing?

The maintenance and transmission of expertise is critical to preserving the quality and identity of the French knifemaking industry, and there is a lot of concern around that. Knifemakers are facing training and recruitment difficulties alongside their own ageing workforce, even as the balance improves with the arrival of younger employees. Recruitment tensions are mainly around production-orientated jobs, especially those in the making of knives (such as polishing and toolmaking), so it is important that the sector modernises and improves the appeal of its skills.

Another notable point is the strong international competition, with imports up 72% since 2018. The period covered by covid-19 slowed the entry of Asia into the French market which benefited French manufacturing, but there is no denying that once the pandemic ended that stopped being the case. Imports from China are at 63% (+2 points between 2018 and 2022), and we see Taiwan featuring in the big hitters now. Finally, innovation is vital if new customer expectations are to be met. At a time of restricted spending power - and despite general anxiety - it is not all doom and gloom for the industry. Retailer sales are down, notwithstanding the Made in France element being a force for good - and that goes for every business regardless of size. But that does not apply to all price points. French knifemaking is dynamic thanks to the diversity of what it makes.

There is a lot of choice in France across all product typologies, and that cannot be said of every country. In recent decades, France has remained too embedded in its own market - and that has had the effect of creating hyper-specialisation with a plethora of regional knives. The relationship that the country has with its knives is genuinely unique, and there is an incredible diversity of knife products on offer. The ownership rate within the national market is fantastic, but what makes French knife businesses so powerful is their capacity to produce knives that go beyond their use. The actual need for a knife is not necessarily linked to the act of buying one - the consumer has an extraordinary relationship to the knife in their pocket and in their home. That does not detract from current difficulties, but businesses can at least count on their ability to offer people a product that really speaks to them.

LA COUTELLERIE EN FRANCE : CHIFFRES CLÉS

- 113 entreprises de coutelleries + 1 200 entreprises unipersonnelles (artisans, etc.) + 30 sous-traitants spécialisés ;
- 51 % du chiffre d'affaires de la filière est réalisé par 7 entreprises ;
- Taille du marché français de la coutellerie : 660 millions d'euros TTC (prix consommateur).
- 4 territoires (bassins thiernois, laguiolais, Rhône-Alpes, Île-de-France) concentrent 90 % des emplois et du chiffre d'affaires en France ;
- les 113 principales entreprises représentent 1 600 emplois et 278 millions d'euros de chiffre d'affaires cumulés.

Quels sont les axes de développement pour le secteur ?

Les couteliers interrogés dans le cadre de l'étude en soulignent principalement quatre. Le premier concerne le développement de relais de croissance en augmentant le chiffre d'affaires à l'export, avec par conséquent un déploiement de la capacité à adresser les marchés internationaux. Le deuxième est relatif à la transformation numérique des entreprises, avec l'intégration de technologies dans l'outil de production, ainsi que l'élaboration d'une nouvelle approche marketing et commerciale : stratégie de vente en ligne, référencement, etc. Autre levier, la modernisation de l'appareil de production pour améliorer la performance

KNIFEMAKING IN FRANCE: KEY FIGURES

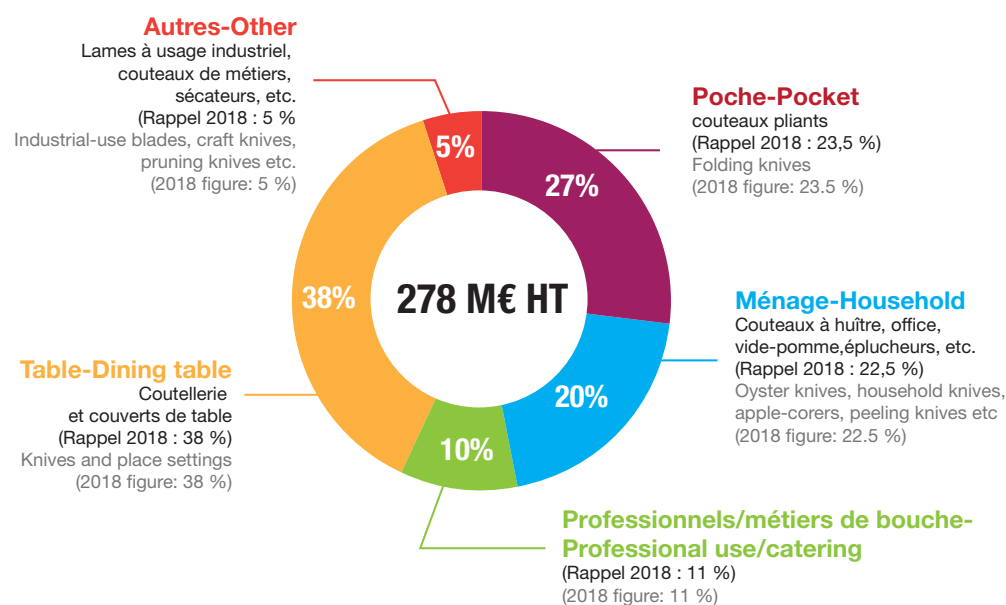
- 113 knifemaking businesses + 1 200 sole enterprise organisations (artisans, etc.) + 30 specialist sub-contractors;
- 51 % of the industry's revenue is generated by 7 businesses;
- Size of French knifemaking market: 660 million Euros inclusive of taxes (consumer price);
- 4 territories (Thiers area, Laguiole, Rhône-Alpes, Île-de-France) where 90% of revenue and jobs are concentrated in France;
- The 113 principal businesses account for 1600 jobs, and 278 million Euros of revenue all in.

What are the areas for development in the sector?

The knifemakers surveyed focussed on four main development areas in the sector. The first area is around the development of growth levers to improve export revenue, together with the consequent roll-out of the capacity to address international markets. Second is digital transformation of businesses with the integration of technology into the production tool, alongside the devising of a new marketing and sales strategy including storage and online sales strategies. A further lever is the modernisation of the production machinery to enhance industrial performance and competitiveness, and the fourth and final development area is to do with

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2022 DES COUTELIERS PAR CATÉGORIE DE PRODUITS

DISTRIBUTION OF KNIFEMAKERS' 2022 REVENUE BY PRODUCT CATEGORY



Source : investigations, entretiens et enquête Katalyse.

Source: investigations, interviews and Katalyse survey

Les couteaux et les couverts de table représentent une part significative dans l'activité des couteliers, la coutellerie de ménage cumulée à celle des couteaux de table atteignant 58 %. La famille des couteaux de poche gagne quant à elle du terrain. A noter que certains couteliers ont pour la plupart un positionnement de "spécialiste" du fait d'un chiffre d'affaires majoritairement réalisé sur une à deux catégories de produits. Knives and dining implements account for a significant proportion of knifemaking activity, with household knives and table knives together amounting to 58% of production, while the pocket knife family is gaining ground. Some knifemakers have a primarily 'specialist' market positioning given that their revenue is mainly achieved in one or two product categories.



FORGE DE
LAGUIOLE

FORGE DE LAGUIOLE à Laguiole - France
WWW.FORGE-DE-LAGUIOLE.COM



COUTELLERIE NONTRONNAISE
NONTRON - FRANCE

WWW.COUTELLERIE-NONTRONNAISE.COM



industrielle et la compétitivité. Enfin, attirer de nouveaux talents et garantir la transmission des savoir-faire impliquera nécessairement de la formation et le développement des compétences.

Concernant les prochaines actions de la FFC, il y a bien entendu le renouvellement de la mission export, mais aussi un travail en partenariat avec Francéclat afin de sensibiliser les entreprises coutelières au bénéfice d'intégrer le design dans leur activité et de proposer des solutions quelle que soit leur taille.

Rappelons enfin que toutes les solutions aux enjeux ne peuvent émaner de la seule FFC qui n'est pas une fédération très puissante. Elle regroupe environ 80 adhérents, et est animée majoritairement par des dirigeants bénévoles. Cette nouvelle étude nous permet de connaître le nombre de couteliers sur le territoire afin de prendre contact avec eux pour les inviter à adhérer. Cela représente un investissement 150 € par an pour un indépendant à 2 500 € pour les plus grosses entreprises. Si nous, couteliers, voulons avoir un poids, il nous faut nous regrouper pour travailler ensemble. ●

attracting new talent and ensuring that expertise is handed down, which will of course involve skills training and development.

The FFC's next moves will no doubt entail the revival of the export drive among other initiatives – as well as partnership work with Francéclat to raise awareness among knifemaking businesses as to the benefits of integrating good design into what they do, and offering them solutions whatever their size.

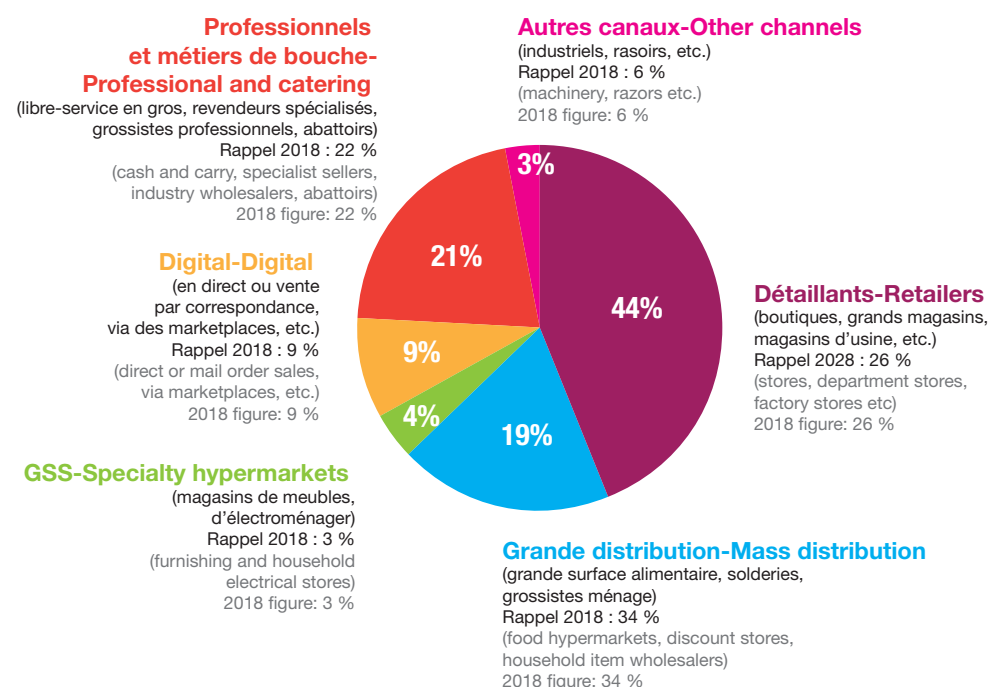
It is important to remember that not every solution to every problem can come from just the FFC, which is not a terrifically powerful organisation. The FFC brings together 80 members, and is mainly volunteer led. The new survey is an opportunity to learn more about how many knife producers there are in France so that they can be contacted and invited to become members. The investment is €150 a year for an independent entity, and €2500 for the biggest businesses. If we knifemakers want to cut through, we need to get together to work together. ●

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2022 DES COUTELIERS PAR CANAUX DE DISTRIBUTION

DISTRIBUTION OF 2022 KNIFEMAKING REVENUE BY DISTRIBUTION CHANNEL

(Vision agrégée "filrière" ; total ; 278 millions d'euros HT)

(aggregated 'industry' outlook; total ; 278 million Euros exclusive of taxes)



Sources : données collectées auprès d'un échantillon de 21 couteliers représentant 53 % du chiffre d'affaires cumulé des couteliers et estimation / extrapolation complémentaire opérée sur la base de l'expertise "filrière" des membres et partenaires du comité technique de l'étude.
Sources : data collected from a survey of 21 knifemakers representing 53% of the all-in revenue of knifemakers/further extrapolation on the basis of 'industry' expertise taken from members and partners in the survey's technical committee.

La part de chiffre d'affaires réalisée auprès des détaillants depuis 2018 est en progression significative, au détriment de celle enregistrée par la grande distribution. En cause, le recul de la vente faite auprès des grossistes ménagers ainsi que l'évolution des pratiques d'approvisionnement des acteurs de la GSA.

Autre constat, la stabilité du poids du canal digital par rapport à 2018, malgré les initiatives des couteliers pour développer celui-ci, notamment lors de la période covid-19.

The proportion of revenue generated by retailers has grown significantly since 2018 to the detriment of the share achieved through mass distribution. That is down to the drop in sales at wholesalers of household items and the changes in the supply practices of those involved in the food retail industry.

A further observation centres around the stability of the importance of digital channels compared to 2018, notwithstanding the initiatives of knifemakers in growing those channels, particularly during the covid-19 period.

TOP 10 DES MÉTIERS D'IMPORTATION

TOP 10 IMPORT COUNTRIES

Pays - Country	Montant (en K€) - Amount (€K)
Chine - China	197 623
Allemagne - Germany	21 660
Italie - Italy	9 396
Japon - Japan	9 178
Espagne - Spain	8 806
Vietnam - Vietnam	8 473
Pays-Bas - Netherlands	8 081
Belgique - Belgium	7 868
Suisse - Switzerland	7 746
Taiwan - Taiwan	3 962
Total top 10	282 793

Source : Douanes françaises, septembre 2023 (données 2018-2022).

Source: French customs, September 2023 (2018-2022 data).

TOP 10 DES PAYS D'EXPORTATION (QUI REPRÉSENTE 66,5 % DU TOTAL DES EXPORTATIONS)

TOP 10 EXPORT COUNTRIES (ACCOUNTING FOR 66.5% OF ALL EXPORTS)

Pays - Country	Montant (en K€) - Amount (in €K)
Etats-Unis - USA	21 146
Allemagne - Germany	20 407
Italie - Italy	17 339
Espagne - Spain	10 659
Belgique- Belgium	9 148
Royaume-Uni - United Kingdom	7 588
Pays-Bas - Netherlands	5 498
Chine - China	4 855
Suisse - Switzerland	4 842
Corée du Sud - South Korea	4 684
Total top 10	106 166

Source : Douanes françaises, septembre 2023 (données 2018-2022).

Source: French customs, September 2023 (2018-2022 data).