



Emblem collectionne les artisans d'art



Emblem collectionne les artisans d'art - Agence Victoire

Déjà propriétaire de la [maison Taillardat](#) et des Faïenceries 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), ce holding collectionne les entreprises capables de créer des chefs-d'oeuvre 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 décorent les palaces tels le [Bristol](#) ou le [Plazza 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 Faïenceries et Emaux de Longwy et ses 40 salariés. Fondée en 1798, la manufacture lorraine était à la peine depuis longtemps.

www.lesechos.fr
Pays : France
Dynamisme : 192



[Visualiser l'article](#)

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.

Les Echos