



Avec l'ouverture de la chasse ce week-end, c'est toute une machine économique qui s'est mise en marche, même si le secteur s'inquiète pour son avenir.

L'ÉCONOMIE DE LA CHASSE NE VEUT PAS PERDRE SA PLACE

La saison de chasse vient de s'ouvrir. Tout un secteur économique se met en ordre de marche face à un avenir incertain.

L'Armurerie du Suzon fait de la résistance

Installée sur la commune de Messigny-et-Vantoux, au nord-ouest de Dijon depuis 24 ans, l'Armurerie du Suzon est une des rares en France à ne se consacrer qu'aux armes de chasse. Ses fondateurs et gérants, Patrick Chateau et Christian Raes sont diplômés de l'école d'armurerie de Liège. Ici, on vend des armes et des munitions, mais on en assure aussi l'entretien, avec un savoir-faire reconnu dans la France entière. Cette PME, qui vient tout juste de recruter un premier salarié âgé de 26 ans, évolue avec constance dans un marché, celui de la chasse, qui subit aussi les nouvelles habitudes de consommation. « L'évolution du marché a des bons et des mauvais côtés », souligne Patrick Chateau « aujourd'hui, on travaille quasiment toute l'année alors que dans le passé, les mois de mars, avril et mai étaient très creux. On a aussi affaire à une clientèle beaucoup plus documentée, qui se renseigne avant d'acheter, qui pose plus de questions et exprime des besoins beaucoup plus spécifiques ». Revers de la médaille, ces deux professionnels doivent aussi composer avec des habitudes de consommation qui font qu'on n'hésite plus aujourd'hui, à marchander et où le client privilégie un matériel de qualité moindre, quitte à le remplacer, plutôt que de le faire entretenir ou réparer. Pour une PME qui a bâti sa réputation sur sa qualité de service, ce contexte n'est pas idéal... « Nous sommes aussi confrontés à une clientèle dont la moyenne d'âge et relativement élevée. C'est inquiétant pour l'avenir... »

L'ÉCONOMIE DE LA CHASSE

James, un armurier historique en Saône-et-Loire

Aussi curieux que cela puisse paraître, l'armurerie James, spécialiste de la chasse à Autun, est quasiment devenue un lieu touristique à visiter. « Nous existons depuis 1824 », raconte Jean-Claude James, gérant depuis une quarantaine d'années du magasin éponyme à Autun. « Au départ, c'était une coutellerie. Mon grand-père, en reprenant l'affaire en 1895, avait continué cette activité. Après la guerre, en 1945, face à la très grande demande de fusils, mon père s'est lancé dans l'armurerie. Depuis 10 ou 15 ans, le marché a bien changé. Il y a plus de concurrence. Nous avons donc développé d'autres activités comme les vêtements outdoor, les chaussures... sans parler du fameux Galvacher, notre couteau de poche régional. Nous avons aussi lancé une gamme de vêtements pour les femmes et une gamme de trois fusils féminins. » Malgré cette diversification, la vente d'armes, ainsi que l'ensemble des services proposés (comme l'accompagnement de ses clients au stand de tir), reste son cœur de métier. La Saône-et-Loire ne compte plus qu'une petite dizaine d'armuriers. « Nous ne pouvons que constater une érosion, même si désormais les armureries sont plus grandes, » constate Jean-Claude James. « De plus en plus de jeunes s'orientent vers d'autres loisirs que la chasse ». La société, employant 8 salariés permanents et plus d'une dizaine dans les grosses périodes comme en ce moment, dégage un chiffre d'affaires de près de 2 millions d'euros.



Comme ici à l'armurerie du Suzon, près de Dijon, la chasse génère des ventes mais aussi une importante activité d'entretien et de réparation du matériel.
Photo B. R.

Bellechasse, leader des habits de vénerie

Depuis 1993, les ateliers Bellechasse à Coublanc confectionnent des vêtements de chasse sur-mesure ou à demi-mesure. En 2005, l'entreprise lance deux catalogues : l'un pour la chasse à tir et l'autre pour la chasse à courre. Au fil des années, de nouveaux vêtements sont mis au point, comme l'an passé, avec la mise sur le marché d'une gamme pour la vénerie destinée aux enfants. « Notre activité chasse à tir a bien diminué », déplore une salariée de Bellechasse, « surtout avec la concurrence des grandes enseignes généralistes du sport. Du coup, nous nous sommes développés dans les habits de vénerie, pour les groupes de troupes et les équipages. » Au point qu'aujourd'hui, Bellechasse est le leader sur ce marché de niche. Cette activité représente 70 % de son chiffre d'affaires, estimé à environ 500 000 €. Entre son magasin et l'atelier, Bellechasse emploie près de 7 salariés. « Notre métier reste saisonnier », ajoute la vendeuse. « Nous travaillons de mars à la mi-septembre. En ce moment, nous participons à pas mal de salons, sans oublier les Saint-Hubert dans le courant du mois d'octobre et de novembre. Le gros de notre activité, c'est en ce moment. »