L'Europe reconnaît le savoir-faire de la porcelaine de Limoges



Les manufactures historiques de Haute-Vienne ont salué, il y a quelques semaines, la reconnaissance par l'Union européenne de leur indication géographique qui protège leur savoir-faire. Savoir-faire d'excellence jalousement entretenu depuis plus d'un siècle chez Raynaud & Cie

• Texte **Valérie Deymes**
• Photos **Stéphane Klein**

Antoine de Rémur tend l'assiette d'un blanc immaculé au-dessus de son visage : la lumière du jour traverse la porcelaine, et apparaît en transparence l'ombre des doigts de la main du président du directoire de Raynaud & Cie. Silence. La messe est dite. « Cette blancheur, cette finesse, cette translucidité sont les signatures de la porcelaine de Limoges », se force-t-il à ajouter. Une signature protégée par une identité géographique française et désormais européenne. Raynaud & Cie fait partie des manufactures historiques de la porcelaine dans la capitale de la Haute-Vienne. Fondée en 1919, spécialisée dans la décoration sur mesure de porcelaines de table, experte dans l'art de l'incrustation avec double dorure et polissage à l'agate, la maison Raynaud est devenue un groupe, après l'entrée au capital de la maison de haute orfèvrerie Ercuis en 1992 puis du groupe italien des arts de la table Sambonet Paderno en 2015. Aujourd'hui, le dernier descendant du fondateur Martial Raynaud passe les rênes. La manufacture perd sa lignée familiale mais conserve son savoir-faire, son exigence et sa renommée.





La décoration des pièces de porcelaine de Limoges demande précision, expertise et talent. Des gestes maîtrisés par la manufacture Raynaud & Cie depuis 1919

Antoine de Rémur et ses équipes s'y emploient. Chez Raynaud & Cie, on ne fabrique pas la porcelaine, même si ce fut le cas par le passé. On imagine et on conçoit les modèles, et les moules sont confiés à Porcelaines de La Fabrique, partenaire historique et autrefois membre intégré de la maison. Un fabricant implanté dans le département de la Haute-Vienne, condition géographique sine qua non – au même titre que la décoration – pour avoir le droit de porter l'indication géographique protégée Porcelaine de Limoges.

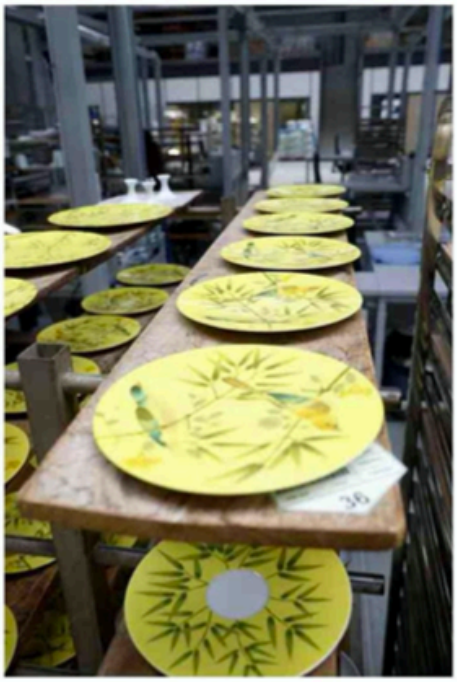
Travail délicat « à la main »

Porcelaines de La Fabrique livrent les assiettes, théières, tasses, mugs et autres pièces de porcelaine ultra-blanche – composée à 50 % de kaolin, 25 % de quartz et 25 % de feldspath – commandées par l'entreprise Raynaud qui, elle, concentre son énergie à la création des décors. Et ce depuis décembre 2025, dans une usine flambant neuve, écoresponsable, à la pointe de l'ergonomie pour ses salariés. Un outil de travail qui a coûté 7 millions d'euros aux actionnaires, dont plus de la moitié sur fonds propres – quand l'entreprise affiche un chiffre d'affaires annuel de 9 millions d'euros –, et qui s'étale sur 4 500 m², dont 3 600 m² d'atelier… à Limoges, évidemment. 60 employés y distillent l'art renommé de la maison. « Nous sommes une manufacture, autrement dit : on travaille à la main », lâche le dirigeant.

« Cette blancheur, cette finesse, cette translucidité sont les signatures de la porcelaine de Limoges », affirme le directeur de la manufacture qui fait fabriquer ses pièces brutes par un partenaire historique de Limoges. Seules celles sans défaut seront décorées

« Comme les autres piliers de la porcelaine de Limoges, la manufacture Raynaud a su se réinventer quand les listes de mariage sont tombées en désuétude »

Et ça commence dès la réception des pièces immaculées. Armen, une salariée, commence par trier : l'imperfection n'a pas droit de cité. Si défaut il y a, la pièce ne sera pas décorée et finira au magasin d'usine, à petit prix. Le défaut, quand il s'agit d'un rebord de tasse qui accroche, est réparable. Armen place alors l'incriminée sur son tour et la polit avec quatre pierres différentes avant de lui apposer un soupçon d'émail.
Remise sur les rails de la perfection, elle rejoint celles



Sous les yeux du visiteur de la manufacture limougeaude spécialisée dans le décor sur mesure de porcelaines de table, jaillissent de la porcelaine blanche des espèces d'oiseaux menacées qui revivent sur des branches verdoyantes



Antoine de Rémur, président du directoire de Raynaud & Cie, dans la nouvelle usine économe en énergie et ergonomique pour les salariés, inaugurée en décembre dernier

qui « de naissance » sortaient superbes du moule.
Place alors à la décoration. Le blanc va d'abord être associé à une chromolithographie maison ou issue d'une collaboration d'artiste. Une chromolithographie ? « Oui, c'est comme une grande décalcomanie qui va constituer le décor de base », explique Antoine de Rémur. Décalco trempée dans l'eau pour la défaire de son support et que les mains habiles et entraînées de Magalie posent et ajustent sur la pièce, non sans avoir marouflé pour enlever le moindre soupçon d'eau et d'air.
Vont s'ensuivre des étapes de vernissage des parties destinées à rester blanches, de vaporisation de peinture au pistolet, de dépose de platine, d'or ou de couleurs au pinceau avec une précision de Maître, puis de cuisson, de repose d'or ou de peinture, de recuisson – jusqu'à cinq fois pour les pièces les plus compliquées –, de sablage, de polissage, etc.
Magalie, Florence et leurs collègues ne tremblent pas, le geste est appliqué et délicat. Sous les yeux du visiteur jaillissent de la porcelaine blanche des plumes d'or et des lianes d'or en relief, des décors colorés rappelant des tissages et tressages indiens, ou des espèces d'oiseaux menacées qui revivent sur des branches verdoyantes. Poésie et finesse restent les fondamentaux.

Du particulier aux têtes couronnées

Comme les autres piliers de la porcelaine de Limoges, la manufacture Raynaud a su se réinventer quand les listes de mariage sont tombées en désuétude à la fin des années 1990. Il a fallu consolider les bases financièrement, continuer à



La décoration commence par la pose d'une chromolithographie sur la pièce de porcelaine blanche qui donnera le ton du décor, embelli par la suite par des touches de peinture, d'or et de platine

s'associer aux grandes signatures du luxe et regarder au loin pour conquérir de nouveaux marchés.
Aujourd'hui, 75 % du chiffre d'affaires est réalisé à l'étranger. « Un quart auprès des particuliers, célébrités ou simples amoureux des arts de la table, un quart auprès des palaces et des grands chefs, un quart auprès des têtes couronnées et chefs d'État et le dernier quart auprès des maisons de luxe. L'enjeu pour nous étant de rester très forts sur nos fondamentaux, en développant notre désirabilité et en faisant en sorte que le modèle d'aujourd'hui soit toujours sur les tables dans dix ans. »