

Les débouchés



© NULLEPLUS/ISTOCKPHOTO.COM

S'ADAPTER À LA DEMANDE

AU-DELÀ DES MAISONS DE HAUTE COUTURE, QUI PORTENT LE SECTEUR MAIS OFFRENT PEU D'EMPLOIS DIRECTS, C'EST UN MAILLAGE DE PME ET D'ATELIERS QUI ASSURE LE GROS DES RECRUTEMENTS DU SECTEUR. CERTAINS PROFILS TRÈS TECHNIQUES SONT RECHERCHÉS, EN PARTICULIER DANS LA COUTURE ET L'HABILLEMENT. LA STRATÉGIE POUR S'INSÉRER ? VISER LES DOMAINES AYANT DES BESOINS SPÉCIFIQUES (COMMERCIAL, PRODUCTION...) ET, POUR LES CRÉATIFS, PROPOSER UN PROFIL « MULTICOMPÉTENT ».

Les acteurs du secteur

L'industrie de la mode regroupe aussi bien la fabrication des vêtements que celle des accessoires (maroquinerie, bijoux, lunettes...). Le domaine est donc vaste et compte de grandes maisons de luxe comme des PME ou des artisans.



© WAVEBREA/MEDIAMGRO/FOTOLIA.COM

L'habillement : une majorité de PME

Si la mode évoque les défilés et les grands couturiers, la réalité économique est tout autre. L'habillement regroupe 1 855 entreprises de prêt-à-porter, dont 90 % de PME employant près de 43 000 salariés. Les maisons de haute couture ne sont, elles, qu'au nombre de 14. Car le terme « haute couture » est une appellation juridiquement protégée par un décret de 1945. Chaque année, une commission, composée de professionnels du secteur, établit une liste des maisons autorisées à utiliser cette dénomination. Parmi les critères retenus : travailler entièrement à la main dans les ateliers de la maison, réaliser des pièces uniques et sur mesure, présenter deux collections par an d'au moins 25 modèles

chacune et avoir au moins 20 salariés. Ces maisons font également appel à des ateliers artisanaux de sous-traitance. Avec Paris, estampillée « capitale de la mode », l'Île-de-France concentre plus d'un quart des effectifs de l'habillement.

La maroquinerie : 1 sur 4 en Île-de-France

Sacs, portefeuilles, porte-cartes, articles de voyage... les articles de maroquinerie sont devenus, au quotidien, des objets indispensables et complémentaires de la mode vestimentaire. Dans ce secteur au savoir-faire artisanal réputé pour la qualité de ses produits, notamment sur le marché du luxe, se côtoient de petits et moyens ateliers, travaillant

5 000
c'est le nombre d'entreprises
et d'ateliers qui travaillent pour
les grandes marques de luxe.

Source : FSI, 2010.

ou non pour des maisons prestigieuses (Hermès, Vuitton...) et des grandes marques. L'industrie de la maroquinerie représente plus de la moitié de la filière cuir et emploie 13 407 personnes dans 151 entreprises. 60 % d'entre elles comptent moins de 30 salariés. Un domaine dans lequel les effectifs ont eu tendance à s'accroître ces dernières années, du fait des bonnes performances des entreprises produisant des articles de luxe. Un quart des entreprises du secteur est situé en région parisienne et réalise la moitié du chiffre d'affaires total. De nombreux maroquiniers exercent leur activité dans les régions Rhône-Alpes, Pays de la Loire et Centre.

La bijouterie-joaillerie : groupes de luxe et artisans

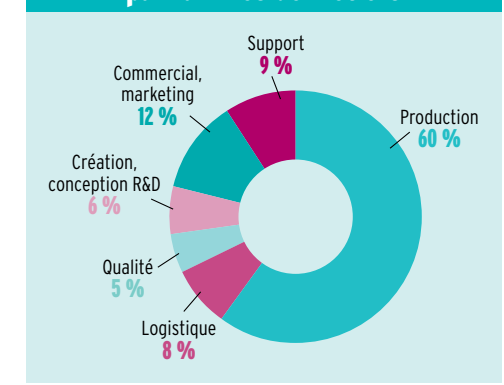
La filière de la bijouterie-joaillerie représente près de 10 000 emplois pour environ 2 900 entreprises en France. Parmi elles, les maisons historiques du secteur (Boucheron, Cartier, Van Cleef & Arpels, Chaumet...), rachetées par des grands groupes de luxe qui leur ont donné une dimension internationale, ainsi que les grandes marques de haute couture qui ont développé leurs propres collections et sous-traitent l'essentiel de leur production aux fabricants joailliers. Ces PME disposent d'ateliers de fabrication employant de 10 à 50 personnes. Parallèlement, de très petites entreprises artisanales de une à trois personnes travaillent à développer

et commercialiser leurs propres modèles. De par la présence des grandes marques de luxe, l'Île-de-France abrite à elle seule 35 % des entreprises du secteur, suivie par les régions Rhône-Alpes et Provence-Alpes-Côte-d'Azur.

L'industrie textile : vers des textiles innovants

Face à la délocalisation, l'industrie textile a été contrainte d'élargir ses compétences. Les 570 entreprises du secteur, dont la taille moyenne est de 40 personnes, répartissent désormais leurs activités sur trois marchés : l'habillement (fils, tissus, broderies...), l'ameublement (linge de maison, rideaux, voilages...) mais aussi, depuis plusieurs années, les textiles techniques (composites, filets, cordes, câbles, géotextiles... utilisés dans les secteurs industriels). Le plus gros de l'activité se situe en région Rhône-Alpes et dans le Pas-de-Calais, où ont notamment été implantés des pôles de compétitivité autour des textiles innovants. ■

Répartition des salariés par familles de métiers



Source : Observatoire des métiers de la mode, des textiles et du cuir, 2013.

Mode et luxe : des recrutements ciblés

Porté par la croissance du luxe et de forts besoins concernant certains profils, notamment commerciaux, le secteur offre des opportunités de carrière aux professionnels qui possèdent plusieurs compétences.



© PCATALINI/ISTOCKPHOTO.COM

Sans être idéale, la situation de l'emploi dans le secteur de la mode et du luxe ne devrait pas décourager les vocations, surtout pour les plus motivés. À condition de bien comprendre les mutations en cours... « *De plus en plus structurées, de plus en plus exigeantes, les entreprises savent ce qu'elles veulent. Aujourd'hui, elles recherchent des profils ciblés, chez les commerciaux notamment* », explique Françoise Sackrider, directrice du programme de management mode, design et luxe de l'Institut français de la mode (IFM). Les perspectives sont optimistes pour des fonctions répondant directement aux besoins du marché... et des consommateurs. Les acces-

soires occupent désormais la première place des achats (27 %), devant la mode (26 %), l'horlogerie-joaillerie (23 %), les parfums et cosmétiques (20 %), etc. Et, dans la *fast fashion*, qui désigne le renouvellement rapide des collections, l'homme, la maille et la lingerie créent des emplois.

Le luxe : moteur du secteur

Premier constat : le luxe affiche une croissance qui porte le marché. Le secteur peine à recruter des professionnels capables de faire des produits haut de gamme. Ce dynamisme se ressent dans les ateliers et dans les boutiques de luxe, qui offrent des perspectives aux futurs responsables. « On

5 à 6 % de croissance estimée pour le secteur du luxe en 2014 et 2015.

Source : rapport Bain & Company, mai 2013.

constate une accélération des embauches dans les métiers liés aux accessoires : maroquinerie, horlogerie, joaillerie... Ce marché doit satisfaire une consommation qui ne faiblit pas », confirme Françoise Sackrider, de l'IFM.

Un fort besoin en « petites mains »

Le boom du luxe profite aux ateliers, dont les carnets de commandes font le plein. Premières bénéficiaires, les « petites mains » et les artisans d'art, prisés pour leur savoir-faire. En couture par exemple, les entreprises manquent de main-d'œuvre qualifiée et ont besoin de premières mains couture. D'une manière générale, on recherche aujourd'hui des profils très techniques sur des métiers ciblés (coupeur, patronnier, toliste, mécanicien modèle...). Dans l'habillement, on prévoit également de recruter chez les façonniers : dans les 10 ans, 30 % des effectifs seront renouvelés. Enfin, dans la production, on a besoin de professionnels dans l'ordonnancement-lancement, c'est-à-dire la planification et le lancement de la production en rapport avec les commandes.

Créatifs : polyvalence attendue

Bien qu'indispensables, les créatifs font face à un nombre d'embauches en baisse. Ce qu'on attend d'eux aujourd'hui ? De la polyvalence. Si les modélistes sont recherchés dans les métiers du luxe exi-

geant une haute technicité, la double compétence « styliste-modéliste » est très appréciée. Dans la même logique, des profils « multicompetents » tirent leur épingle du jeu. « *Avec l'avènement du e-commerce, les stylistes-infographistes sont très recherchés. Parmi les tendances actuelles, on assiste à l'apparition des stylistes photo, embauchés par des photographes pour des agences de publicité, des entreprises d'événementiel...* », résume Christine Walter Bonini, directrice d'Esmod.

Marketing-vente : plus d'exigence

L'évolution du secteur et la structuration des entreprises ont favorisé la recherche de profils plus business. En jeu : leur capacité à prendre en compte les réalités économiques du marché, tout en ayant une véritable sensibilité aux produits. Plus nombreux que les postes de créatifs, ceux du marketing et de la vente recrutent. « *Les professionnels chargés de la mise en valeur du produit en boutique (merchandiseur visuel) ont la cote. Les entreprises recherchent des doubles profils : formation généraliste doublée d'une formation en école spécialisée* », conclut Françoise Sackrider. ■

INFOS +

Des secteurs connexes qui recrutent

Domaine en plein essor, le digital (e-commerce) recrute. Profils recherchés ? Principalement des profils marketing, chargés de contribuer à la mise en valeur commerciale, sur Internet, des produits de la mode et du luxe. Autre domaine porteur : le textile technique, qui se caractérise par une haute performance (anti-feu, anti-UV...). Sport, santé, transports... les textiles techniques sont présents dans de nombreux secteurs. Pour les concevoir, on recherche des ingénieurs formés à l'industrie textile.