



P01

09-2007

→ Ressources économiques

MARSEILLE PROVENCE  
CHAMBRE COMMERCE ET INDUSTRIE



# La filière «mode - textile - habillement» dans les Bouches-du-Rhône





## > Synthèse

### Poids :

- > 4 071 établissements dont 10,2 % dans la fabrication (*y compris les établissements inscrits au Registre des Métiers*)
- > 9 500 salariés
- > 1 650 millions d'euros de CA estimé

### Enjeux :

- > Rapprocher les intérêts des entreprises de la filière en favorisant le développement de la co-traitance pour les activités amont et aval (en particulier conception et fashioning\*) afin de leur permettre de se recentrer sur leur cœur de métier.
- > Soutenir les réseaux d'entreprises existants (Chambre Syndicale, Institut Mode Méditerranée, SPL, Cité euroméditerranéenne de la mode) pour les conduire à maturité.
- > Inciter les entreprises textiles à se positionner sur les marchés porteurs tels les textiles techniques par des actions spécifiques, par exemple : faciliter l'accès aux partenaires financiers, favoriser les exportations, intégrer des ingénieurs-chercheurs et stimuler les dépôts de brevets...

\* mise en forme des produits avant la vente

### Caractéristiques :

- > Nombre important d'établissements, notamment de commerces
- > Sous représentation des autres branches - activités textiles disparates
- > 50 % d'entreprises unipersonnelles n'apparaissent pas dans le décompte de l'emploi salarié
- > Mobilisation commune pour le dépôt d'un dossier PRIDES (*Pôle régional d'Innovation et de Développement solidaire*)



## > Objectifs

- > Peser et analyser la filière mode - textile - habillement
- > Analyser la performance des réseaux d'entreprises qui y sont associés pour aider la CCIMP dans le choix des filières sur lesquelles elle portera ses efforts en matière d'accompagnement.

## > Méthodologie

- > Synthèse d'études déjà réalisées à l'échelle régionale ou départementale
- > Exploitation de données économiques départementales.
- > Entretiens en face à face ou par téléphone auprès de quelques experts locaux disposant d'une bonne connaissance de la filière :

Entreprise / Organisme	Contact	Titre
Profession Mode & Chambre Syndicale de l'Habillement	Mme Annie CARRAI	Déléguée générale
Institut Mode Méditerranée	M. Jérôme PANNETIER	Secrétaire Général
Cité Euroméditerranéenne de la Mode	Mme Valérie MELIN	Secrétaire Général



## > Fonctionnement de la filière mode-textile-habillement

### > Forte saisonnalité des cycles de fabrication

Le lancement des collections se concentre sur deux grandes périodes dans l'année : d'où des productions en dents de scie et un lissage difficile des activités sur l'année.

### > Trois principales familles d'industriels :

**Les fabricants** ou donneurs d'ordre: ces structures réalisent des produits à leur marque, avec la possibilité de réaliser des marges plus importantes. Mais ils supportent l'achat des matières, la création, la promotion et la commercialisation de leurs fabrications.

**Les façonniers** ou sous-traitance de fabrication : structures industrielles avec marges relativement faibles. En effet les coûts de conception, d'achat de matières premières et de commercialisation sont supportés par les donneurs d'ordres.

**Les producteurs en compte propre** ou structures dites « Mixtes » : combinaison des deux situations précédentes. Les entreprises de confection sont donc amenées à intégrer des activités diverses et complémentaires, (à partir du design et de la conception de modèles jusqu'à la distribution et à la vente, en passant, par le prototypage, la coupe, le montage, la réalisation des finitions ou bien encore la logistique).

Les frontières sont de plus en plus fluctuantes entre ces différentes catégories d'entreprises.

### > Toujours plus d'approvisionnement en provenance de l'étranger

Face au mouvement de délocalisation massive dans les pays à bas coûts salariaux, d'une internationalisation de la distribution et d'une politique d'approvisionnement toujours plus en provenance de l'étranger (sourcing), les industriels se recentrent davantage sur la créativité, la réactivité, la valeur ajoutée et les activités relevant du service et du commerce.

Les donneurs d'ordre s'orientent de plus en plus vers le négoce, les façonniers offrent de plus en plus de services et les producteurs en compte propre deviennent des donneurs d'ordre (*Sessi-- juillet 2007*)



P05

## > La filière mode-textile-habillement dans le monde et en Europe

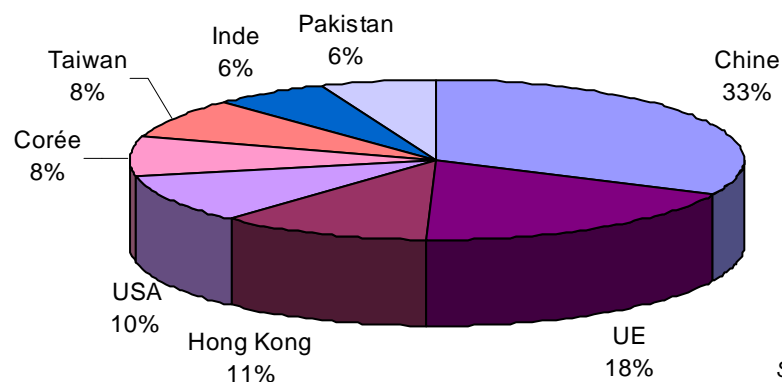
> Le commerce mondial d'articles de textile-habillement continue à croître à un rythme soutenu (+5% en 2005 selon l'OMC). La fin des quotas au 1er janvier 2005 n'a pas cependant conduit à un accroissement spectaculaire car les exportations des pays en développement dépendent essentiellement de l'évolution du pouvoir d'achat aux États-Unis, dans l'UE et au Canada (plus de 50% des importations mondiales d'habillement).

> La Chine conforte son statut de premier exportateur mondial (24%) suivie par l'UE, Hong Kong, la Turquie, le Mexique...

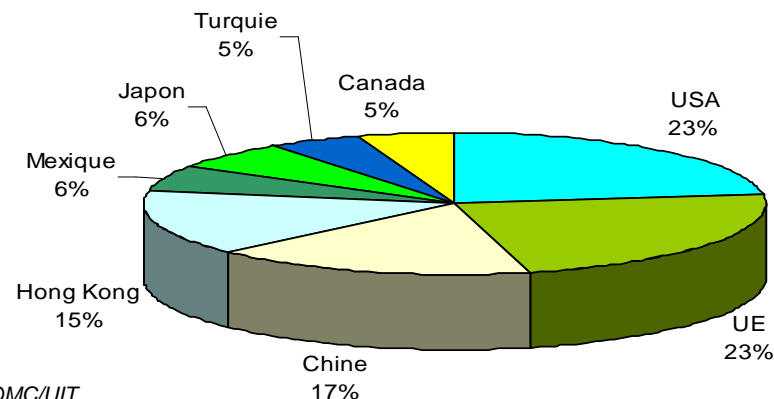
> L'Asie accroît fortement ses performances de premier fournisseur de l'UE grâce à un dollar toujours faible et une spécialisation textile confortée par des investissements toujours très significatifs.

> L'UE a vu son déficit commercial s'approfondir en 2006 du fait d'un regain d'importations de vêtements. La France enregistre également une détérioration du solde de sa balance commerciale.

Principaux exportateurs textiles mondiaux en 2005



Principaux importateurs textiles mondiaux en 2005



Source : OMC/UIT



## > La filière mode-textile-habillement en Europe et en France

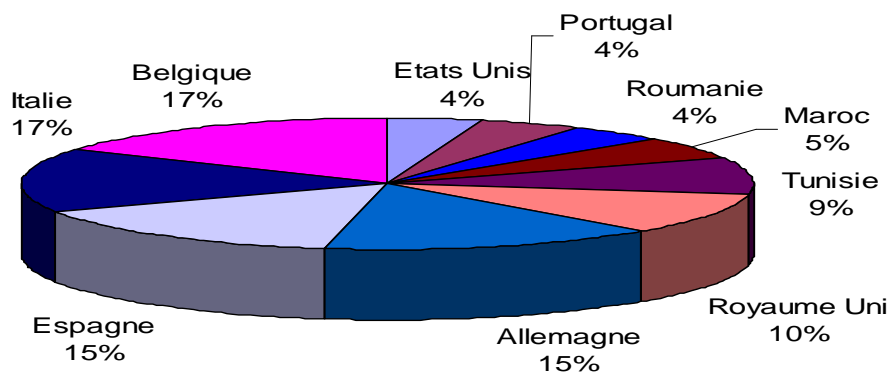
Panorama de l'industrie européenne 2005	
Entreprises	92 500
Emplois	2 013 000
Chiffres d'affaires (millions d'euros)	160 100
Investissement (millions d'euros)	4 800
<i>Source : Euratex/UIT</i>	

Panorama de l'industrie française 2006	
Entreprises	5 300
Emplois	139 150
Chiffres d'affaires (millions d'euros)	25 503
<i>Source : Euratex/UIT</i>	

La France représente moins de 6 % de l'industrie textile-habillement européenne en nombre d'entreprises

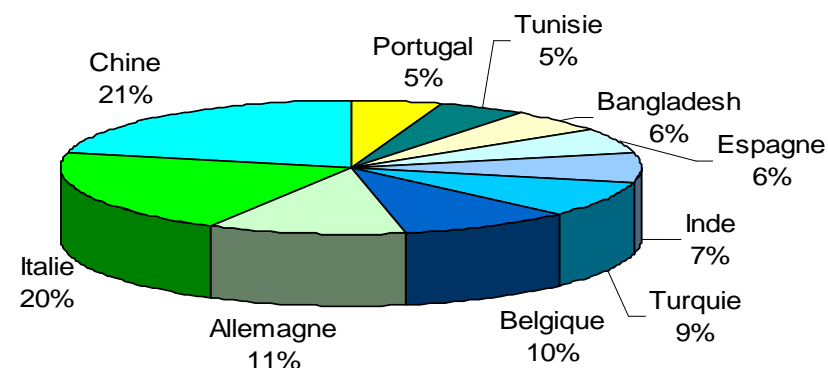
### EXPORTATION TEXTILES EN 2006

#### DIX PREMIERS PAYS CLIENTS DE LA FRANCE



### IMPORTATIONS TEXTILES EN 2006

#### DIX PREMIERS PAYS FOURNISSEURS DE LA FRANCE





## > Caractéristiques de la filière « mode-textile-habillement » en PACA et dans les Bouches-du-Rhône

> Filière historiquement « atomisée », composée pour moitié d'entités artisanales unipersonnelles (52,8 %).

> Les Bouches-du-Rhône concentrent 34 % des établissements de la filière textile-habillement de la région PACA et 37,8 % des emplois.

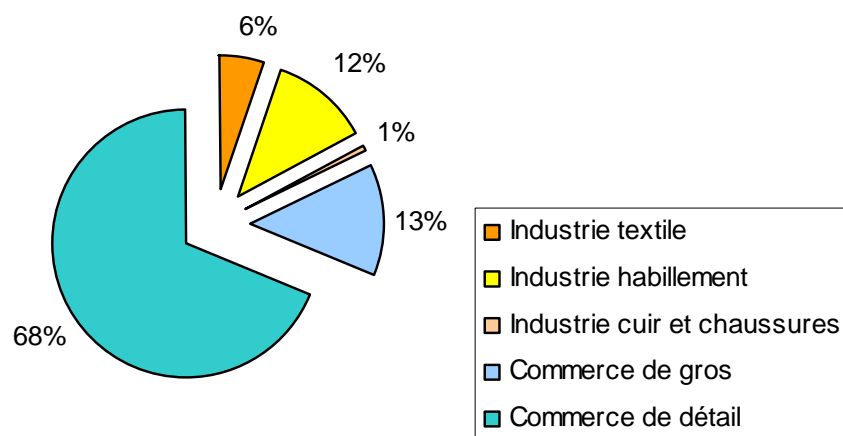
> Importance de la distribution dans la filière

L'industrie textile-habillement représente 19 % de l'emploi total de la filière dans le département. Le commerce : 81 % de l'emploi total.

Les proportions sont du même ordre en PACA - 17 % et 83 %.

> Un PRIDES « Mode » (Pôle régional d'Innovation et de Développement Economique solidaire) en devenir

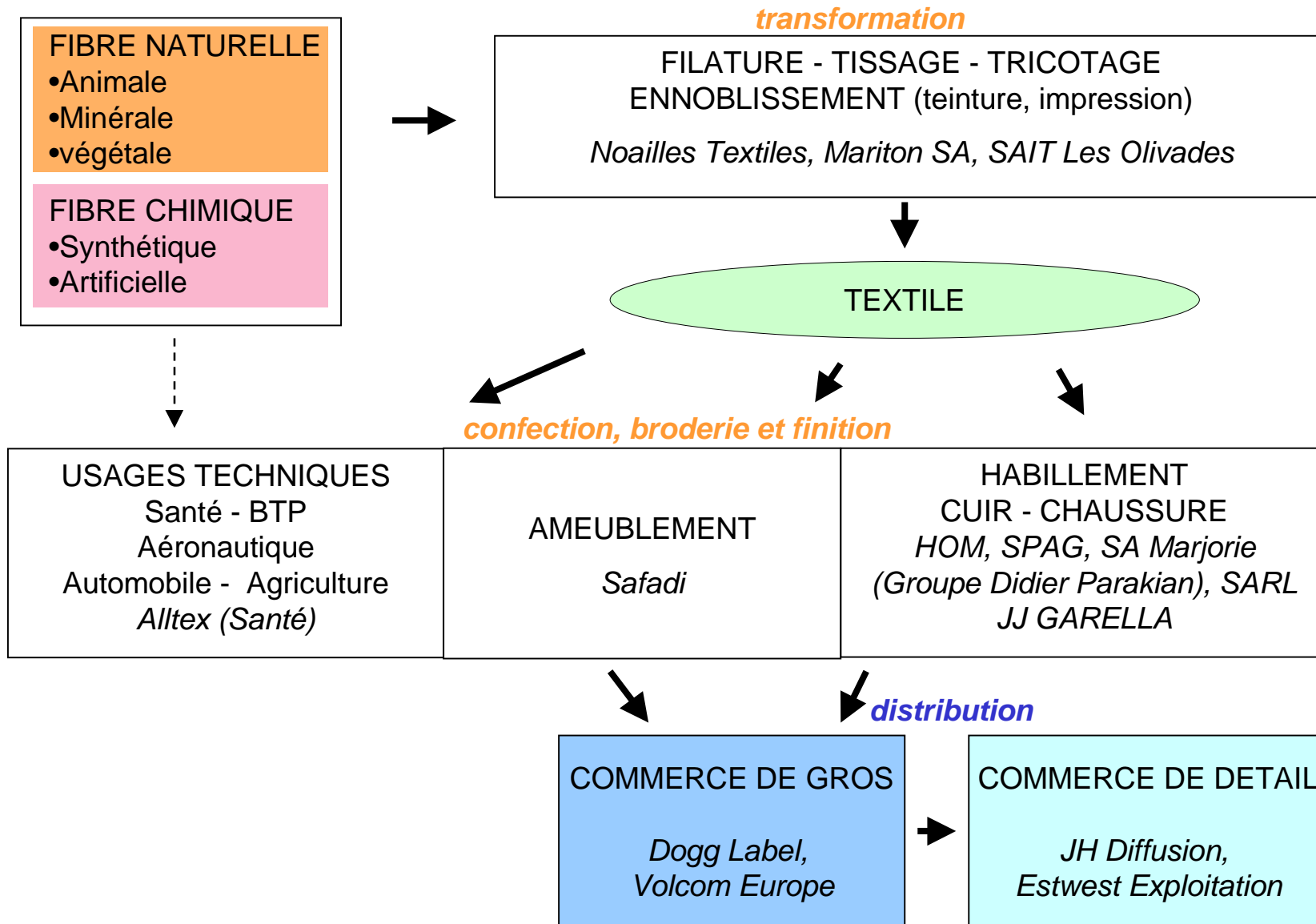
Répartition de l'emploi salarié par branches d'activité





P08

## > Chaîne de valeur dans les BdR



INDUSTRIE

COMMERCE



## > Poids économique de la filière « mode-textile-habillement » dans les Bouches-du-Rhône

> **4 071 établissements** (dont 10,2 % dans la fabrication)  
(y compris les établissements inscrits au Registre des Métiers)

> **9 478 salariés**

> **Un nombre de salariés comparable à celui du secteur ingénierie, études techniques**  
(9 484 salariés)

Activités	Nombre d'établissements		Nombre d'emplois salariés
	(1)	dont x % employant du personnel	(2)
Industrie textile	124	50,8	562
Industrie habillement	245	43,7	1133
Industrie cuir et chaussures	48	39,6	80
<b>sous total industrie</b>	<b>417</b>	<b>45,3</b>	<b>1775</b>
Commerce de gros	618	45,1	1425
Commerce de détail	3036	47,8	6278
<b>sous total commerce</b>	<b>3654</b>	<b>47,3</b>	<b>7703</b>
<b>TOTAL DEPARTEMENT</b>	<b>4071</b>	<b>47,1</b>	<b>9478</b>

(1) Source : Fichiers consulaires - 2006

(2) Source : ASSEDIC - UNlstat - 2005

> **1 650 millions d'euros de CA\*** estimation 2004 - dont **360 millions d'euros** provenant de l'industrie et **1 290 millions d'euros** de la distribution proprement dite

\* Méthode : Somme des CA des 2 703 sièges sociaux, réels ou estimés à partir de ratios de CA moyen par personne occupée, par sous secteur et tranche de salarié dans les BdR Source : EAE 2004



## > Les principaux établissements\* répartis par branches d'activités et par effectif

INDUSTRIE

Branche Industrie Textile (code NAF 17)		
Raison sociale	Siège social	Effectif
MARITON	13250 ST CHAMAS	78
SAIT LES OLIVADES	13103 SAINT ETIENNE DU GRES	65
ARLEX	13200 ARLES	42
ETABLISSEMENTS DROUAULT	13310 SAINT MARTIN DE CRAU	23
SENIDECO FRANCE	13016 MARSEILLE	22

Branche Industrie Vêtement (code NAF 18)		
Raison sociale	Siège social	Effectif
HOM	13381 MARSEILLE	206
BE BACK HELENA SOREL	13013 MARSEILLE	52
SPORT EQUIPMENT SUN VALLEY	13600 LA CIOTAT	48
CHARLES DEMERY SA ETS SOULEIADO	13150 TARASCON	45
CHOLET	13010 MARSEILLE	38

Branche Industrie cuir et chaussures (code NAF 19)		
Raison sociale	Siège social	Effectif
MEGER CHAUSSURES	13720 LA BOUILLADISSE	16
SOCIETE BORGHINO	13210 SAINT REMY DE PROVENCE	14
RIVIERA BELT Santiana	13400 AUBAGNE	10
ISOSELL	13127 VITROLLES	8
BIS	13010 MARSEILLE	7

\* Source : Fichiers consulaires  
Classement par effectif décroissant en fonction des codes NAF. Certaines marques n'apparaissent pas dans ce classement qui ne consolide pas les effectifs des différentes entités appartenant à un même groupe.

COMMERCE

Branche commerce de gros (code NAF 51)		
Raison sociale	Siège social	Effectif
INDIES PRODUCTION	13120 GARDANNE	30
VOLCOM EUROPE	13009 MARSEILLE	26
INTERNATIONAL SPORT FASHION	13014 MARSEILLE	23
FRANCE ACHAT INTERNATIONAL	13852 AIX EN PROVENCE	23
BERNARD RAFFI DIFFUSION	13590 MEYREUIL	21

Branche commerce de détail (code NAF 52)		
Raison sociale	Siège social	Effectif
H3M La Compagnie des Petits	13170 LES PENNES MIRABEA	62
VETURA Fabio Lucci	13480 CABRIES	56
KIABI FRANCE	13400 AUBAGNE	48
LA BOUTIQUE 38 Marthe François Girbaud	13006 MARSEILLE	48
KIABI FRANCE	13480 CABRIES	44



## > Zoom sur le secteur industriel de la filière dans les BdR

### Caractéristiques :

Activités textiles disparates,  
Prédominance du prêt-à-porter,  
Sous-représentation de la branche cuir-chaussure.

### > Une industrie textile diverse et hétérogène

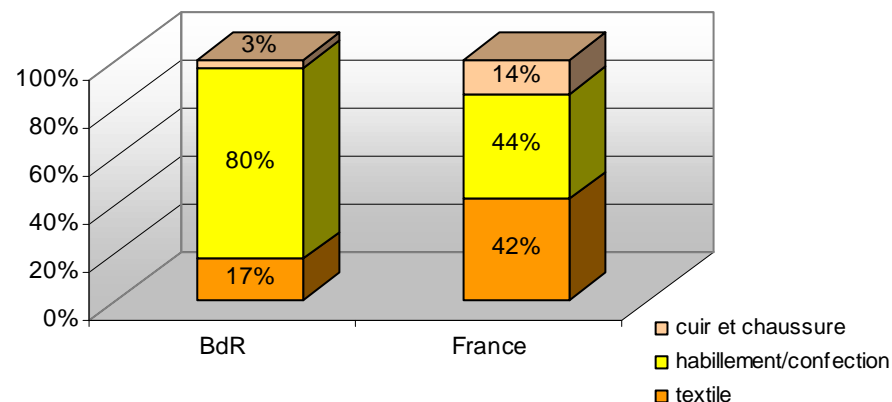
regroupant une grande variété de produits allant des fils synthétiques de haute technologie aux tissus de laine, des lingettes à la haute couture : *Impression sur tissus de coton par Les Olivades à Saint-Etienne du Grès, fabrication de stores pour Mariton à Saint-Chamas.*

### > Une industrie de la confection très bien représentée

*La société HOM, filiale du groupe allemand Triumph, spécialisée dans les sous-vêtements masculins, domine le secteur. On peut regrouper les entreprises de cette branche selon 3 tendances :*

- > Prêt-à-porter masculin ou féminin : JJ Garella, Jézéquel, Didier Parakian, Madame Zaza of Marseille...
- > Sportswear : Sugar, Poivre Blanc, Olly Gan...
- > Vêtements de sport : Politext, Sun Valley...

Répartition du CA par branche d'activité industrielle  
Bdr : source Fichiers consulaires - France : source SESSI 2006



### > Une branche cuir et chaussure réduite

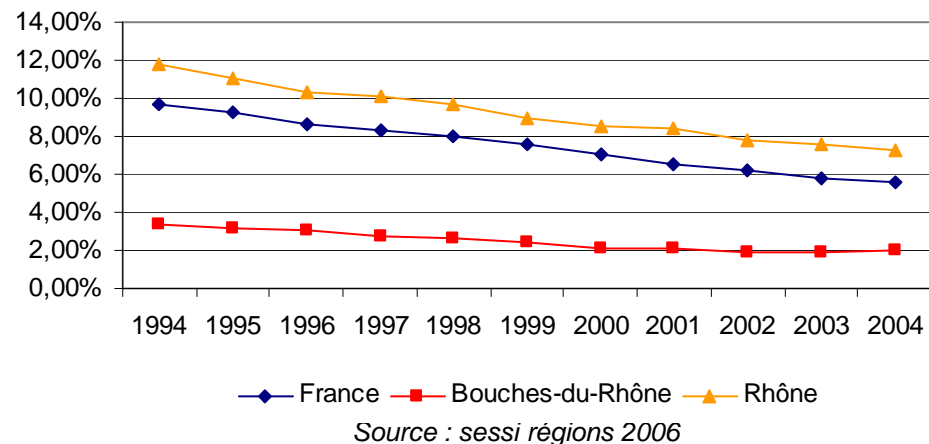
Elle compte 80 salariés répartis dans 48 établissements. Les activités aval de cette branche comme le tannage ne sont pas représentées dans les Bouches-du-Rhône.

### > Une majorité d'établissements de - de 10 salariés

Les moins de 10 salariés représentent 56 % des établissements et concentrent 24 % des effectifs salariés. Les 10 plus gros établissements regroupent 7 % des emplois salariés de la filière industrielle. *Source : Fichiers consulaires.*

### > Une filière plus stable en terme d'emplois que dans d'autres régions françaises

Part de la filière mode - textile - habillement dans l'emploi industriel



> Perte de 1,32 % des effectifs salariés de la filière entre 1994 et 2004 dans les Bouches-du-Rhône.

Pour la même période, le Rhône perd 4,49 % et la France 4,11 %, mais leur poids relatif est de 3 à 4 fois supérieur.

> L'externalisation d'activités amont telle que la création de prototypes et la répétition de collection (modèles constituant la collection et reproduits en autant d'exemplaires que de commerciaux) explique pour une majeure partie la baisse.

Aujourd'hui, l'industrie textile habillement dans les Bouches-du-Rhône représente :

1,7 % des établissements de moins de 20 salariés de la filière textile - habillement française.

3,8 % des établissements industriels départementaux de moins de 20 salariés (10,4 % à l'échelle nationale).

2 % de l'emploi industriel départemental.



P13

## > Formation & Recherche

### > Une offre de formation initiale très concentrée et peu diversifiée en évolution

Des possibilités de formation seulement en 1er cycle, du CAP au BTS soit une douzaine de formations spécialisées : 4 BTS, 2 bac Pro, 1 BEP, 5 CAP. Une licence professionnelle « Gestion et développement des produits de mode » a été créée à la rentrée 2006 conjointement par U2 et l'IUT d'Aix-en-Provence à l'initiative de la Cité Euroméditerranéenne de la Mode (26 étudiants).

### > Un potentiel d'environ 650 diplômés par an en textile - habillement

La demande est orientée sur des profils marketing et commerce. Initiative d'évaluation de l'adéquation offre/demande en matière de formation aux métiers de la filière dans le cadre de la Cité Euroméditerranéenne.

### > Formation continue

> Une soixantaine d'étudiants par an formés grâce à l'Institut Mode Méditerranée.

> Mise en place d'un module de formation continue au sein d'Euromed Marseille Ecole de Management et création de l'université d'été avec la Cité Euroméditerranéenne de la Mode.

### > La recherche locale passe par la délégation de l'IFTH Institut Français Textile-Habillement à Marseille

> Rôle prépondérant de conseil et d'expert auprès des entreprises de la filière dans les domaines Innovations & technologie - Qualification des produits & entreprises - Assistance technique & expertise - Transfert des connaissances

> Dans ce cadre et en tant que premier organisme de formation de la filière Textile - Habillement - Distribution, l'IFTH contribue à l'animation de formations adaptées aux objectifs particuliers de chaque entreprise et à la création d'outils d'apprentissage innovants notamment.

> Localement l'innovation se concentre au niveau du process.



## > Principaux réseaux d'entreprises locaux

Réseaux	Création Adhérents	Objectifs & activités	Vocation territoriale
Chambre Syndicale de l'habillement	1924 Environ 60 adhérents professionnels du secteur mode - habillement	Conseil, information et défense des professionnels	PACA Hors Nice
Système Productif Local "Profession Mode Marseille"	2003 Environ 40 professionnels	.Mise en place d'une vitrine pour le savoir-faire et les produits des entreprises. .Dégager des actions structurantes à moyen terme. .Déploiement de services opérationnels et d'outils pour la profession : émergence du besoin d'une plate forme de services industriels dédiés à la filière mode - textile - habillement. Ce projet doit être réalisé en 2007 et permettre d'externaliser différents services : - bureaux d'études pour la partie conception de prototypes - fashioning regroupant des activités aval telles que repassage, étiquetage, pose d'antivols, mise sur cintres - logistique pour la partie réception, stockage et préparation de commandes - infographie, sérigraphie - laboratoire de délavage - lieu de rencontre de la profession.	Marseille Provence



## > Suite des principaux réseaux d'entreprises locaux

Réseaux	Création Adhérents	Objectifs & activités	Vocation territoriale
Institut Mode Méditerranée	1993  Jeunes entreprises et professionnels de la filière	Soutien et accompagnement des jeunes entreprises de mode : conseil à la création, appui à la formation, aide à la commercialisation, soutien en communication,- aide financière. A l'origine de multiples initiatives et créations de structures : Musée de la Mode, Espace Mode, Rue de la Mode, labellisation SPL, Cité Euroméditerranéenne de la Mode.	PACA
Cité Euroméditerranéenne de la Mode	2005 Environ 30 adhérents Institutionnels Professionnels Organismes de formation Jeunes créateurs	Regrouper et fédérer les professionnels de la filière de l'espace Euroméditerranéen (France, Italie, Liban, Maroc, Tunisie et Turquie) autour d'un objectif commun : « Assurer la compétitivité de leur activité dans un contexte économique totalement bouleversé ». Consolider l'ensemble de la chaîne de production proche du marché européen, combiner les avantages en matière de coûts et de qualité, préserver les 4 millions d'emplois recensés sur la zone MEDA tels sont les objectifs fixés face à la concurrence asiatique. Encourager l'innovation et la création en développant des partenariats autour d'actions de co-partenariat « gagnants gagnants ».	MEDA*



## > Performance des réseaux d'entreprises

Niveau d'ancrage sur le territoire	Orienté essentiellement sur le secteur mode - habillement
Intensité de coopération inter-entreprise	Recensement des besoins - Groupes de réflexion - Soutien en matière de distribution des produits - Projet de plate forme de services industriels dans le cadre du SPL
Intensité de coopération des entreprises avec formation et recherche locale	Des opérations en partenariat avec la formation - Faible lien avec la recherche

très faible  
faible  
moyen  
fort  
très fort

\* Programme MEDA : permet à l'Union européenne (UE) d'apporter une aide financière et technique aux pays du sud de la Méditerranée : Algérie, Chypre, Égypte, Israël, Jordanie, Liban, Malte, Maroc, Syrie, Territoires palestiniens, Tunisie et Turquie.

## > Stratégie et leviers de performance

Cinq leviers de performances identifiés par le schéma régional de développement économique **pour encourager la filière** :

- > Innovation globale : développement de la créativité, services innovants partagés, dispositifs d'accompagnement et de veille
- > Développement des processus d'internationalisation : appui à l'export, appui au sourcing, partenariat euroméditerranéen, actions de communication auprès des touristes étrangers
- > Appropriation et usage des TIC : dématérialisation des flux à l'amont et à l'aval du produit avec intégration des TIC, ainsi qu'au niveau même du produit avec l'étiquette électronique
- > Formation des salariés
- > Développement durable, responsabilité sociale et environnementale



## > Enjeux pour notre territoire

- > Rapprocher les intérêts des entreprises de la filière en favorisant le développement de la co-traitance, en particulier conception et fashioning pour leur permettre de se recentrer dans leur cœur de métier.
- > Soutenir les réseaux d'entreprises existant (Chambre Syndicale de l'habillement, Institut Mode Méditerranée, SPL, Cité euroméditerranéenne de la mode) pour les conduire à maturité.
- > Inciter les entreprises textile à se positionner sur les marchés porteurs tels les textiles techniques par des actions spécifiques, par exemple : faciliter l'accès aux partenaires financiers, favoriser les exportations, intégrer des ingénieurs-chercheurs et stimuler les dépôts de brevets...



## > Diagnostic de la filière « mode - textile - habillement » dans les BdR

### Forces

- > Dynamisme et rayonnement des créateurs locaux  
Christian Lacroix, Emmanuel Ungaro
- > Projet de mutualisation de services grâce au SPL  
Profession Mode Marseille
- > Conforter la compétitivité des entreprises en zone  
euroméditerranéenne par l'intermédiaire de la Cité  
Euroméditerranéenne de la Mode

### Opportunités

- > Développer une politique de niche :
  - luxe,
  - tissus techniques, intelligents  
(croissance du marché + 3%/an en France),
  - tissus équitables qui suscitent un intérêt croissant
- > Protéger la création et le design et lutter contre la  
contre façon

### Faiblesses

- > Mosaïque de TPE et PME victimes de leur image  
traditionnelle
- > Masse critique d'acteurs trop faible pour permettre  
un développement endogène de la filière
- > R&D et formation peu développées

### Menaces

- > Impact pour les fibres synthétiques de l'obligation à  
déclarer des substances chimiques présentant un  
danger pour les consommateurs (REACH).
- > Fin des quotas d'importation textile depuis le 1er  
janvier 2005 - Libéralisation définitive des échanges  
en Europe avec la Chine au 1er janvier 2008
- > Marché très concurrentiel avec les pays émergents  
(ex : en Chine la main d'œuvre est 20 fois moins  
chère qu'en Europe)



P19

## LES PRINCIPAUX ETABLISSEMENTS DE LA FILIERE TEXTILE HABILEMENT

### ● Industrie textile

- 1 - MARITON (St Chamas)
- 2 - SAIT LES OLIVADES (St Etienne du Grès)
- 3 - ARLEX (Arles)
- 4 - ETS DROUAULT (St Martin de Crau)

### ● Industrie du vêtement

- 5 - HOM (Marseille)
- 6 - BE BACK (Marseille)
- 7 - SPORT EQUIPMENT (La Ciotat)
- 8 - CHARLES DEMERY SA ETS (Tarascon)

### ● Industrie du cuir et des chaussures

- 9 - MEGER CHAUSSURES (La Bouillabisse)
- 10 - SOCIETE BORGHINO (St Remy de Provence)
- 11 - RIVIERA BELT (Aubagne)

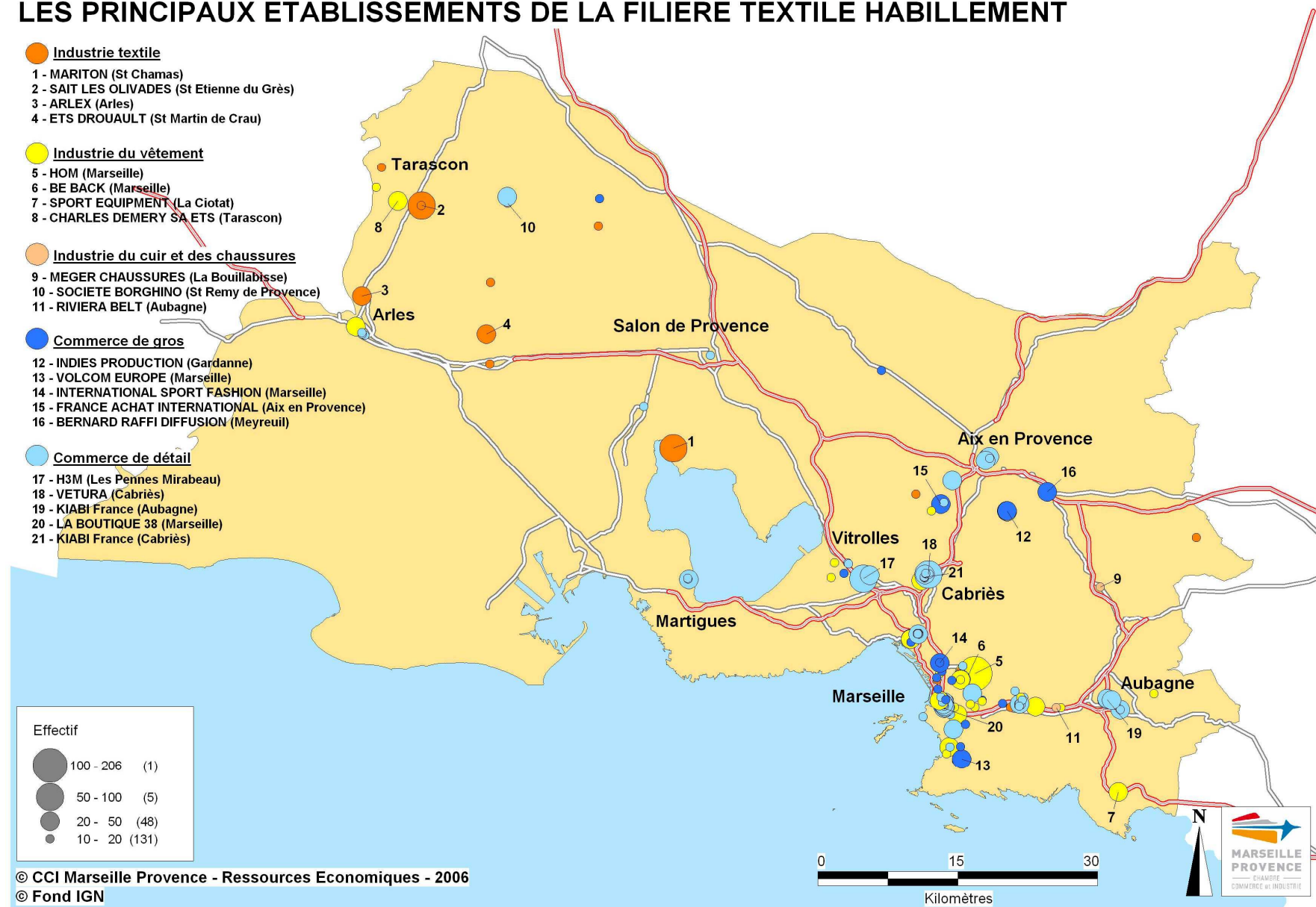
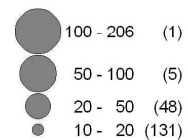
### ● Commerce de gros

- 12 - INDIES PRODUCTION (Gardanne)
- 13 - VOLCOM EUROPE (Marseille)
- 14 - INTERNATIONAL SPORT FASHION (Marseille)
- 15 - FRANCE ACHAT INTERNATIONAL (Aix en Provence)
- 16 - BERNARD RAFFI DIFFUSION (Meyreuil)

### ● Commerce de détail

- 17 - H3M (Les Pennes Mirabeau)
- 18 - VETURA (Cabriès)
- 19 - KIABI France (Aubagne)
- 20 - LA BOUTIQUE 38 (Marseille)
- 21 - KIABI France (Cabriès)

Effectif





## Sources :

- > *Pme, Innovation technologiques et Secteurs d 'application - Textile - Habillement Oséo ANVAR - 2004*
- > *Rapport de recherche & état des lieux sur le secteur de la mode, du textile et de l 'habillement - Institut Mode Méditerranée - 2004*
- > *Institut mode méditerranée, programme 2006*
- > *Cité euroméditerranéenne de la mode, programme d 'actions - exercice 2006*
- > *Union des Industries Textiles - 05-06*
- > *Industries du Textile, de l 'habillement et du cuir - DRIRE Nord - Pas de Calais - juin 2005*
- > *Mode, design, Textile - Une filière dynamique en Provence - Provence Promotion - non daté*
- > *La filière mode textile habillement en PACA - AGAM - mars 2006*
- > *L 'industrie française - sessi régions édition 2006*
- > *Investir en Méditerranée - septembre 2004*
- > *Lettre CTCOE - Institut Français de la Mode - septembre 2005*
- > *L 'industrie de l 'habillement -D 'une logique de fabrication à une logique immatérielle et commerciale- N°233- Juillet 2007*