

# TEXTILE - MODE

Berceau historique de la mode, les Pays de la Loire ont bénéficié ces dernières années d'une croissance de ces entreprises, notamment celles dédiées au marché du luxe. La région abrite également des leaders dans le textile dit non-tissé, en lien avec des marchés variés : nautisme, médical... Enfin, de nombreuses entreprises engagent désormais des démarches pour limiter leur empreinte écologique.

## L'ESSENTIEL EN PAYS DE LA LOIRE



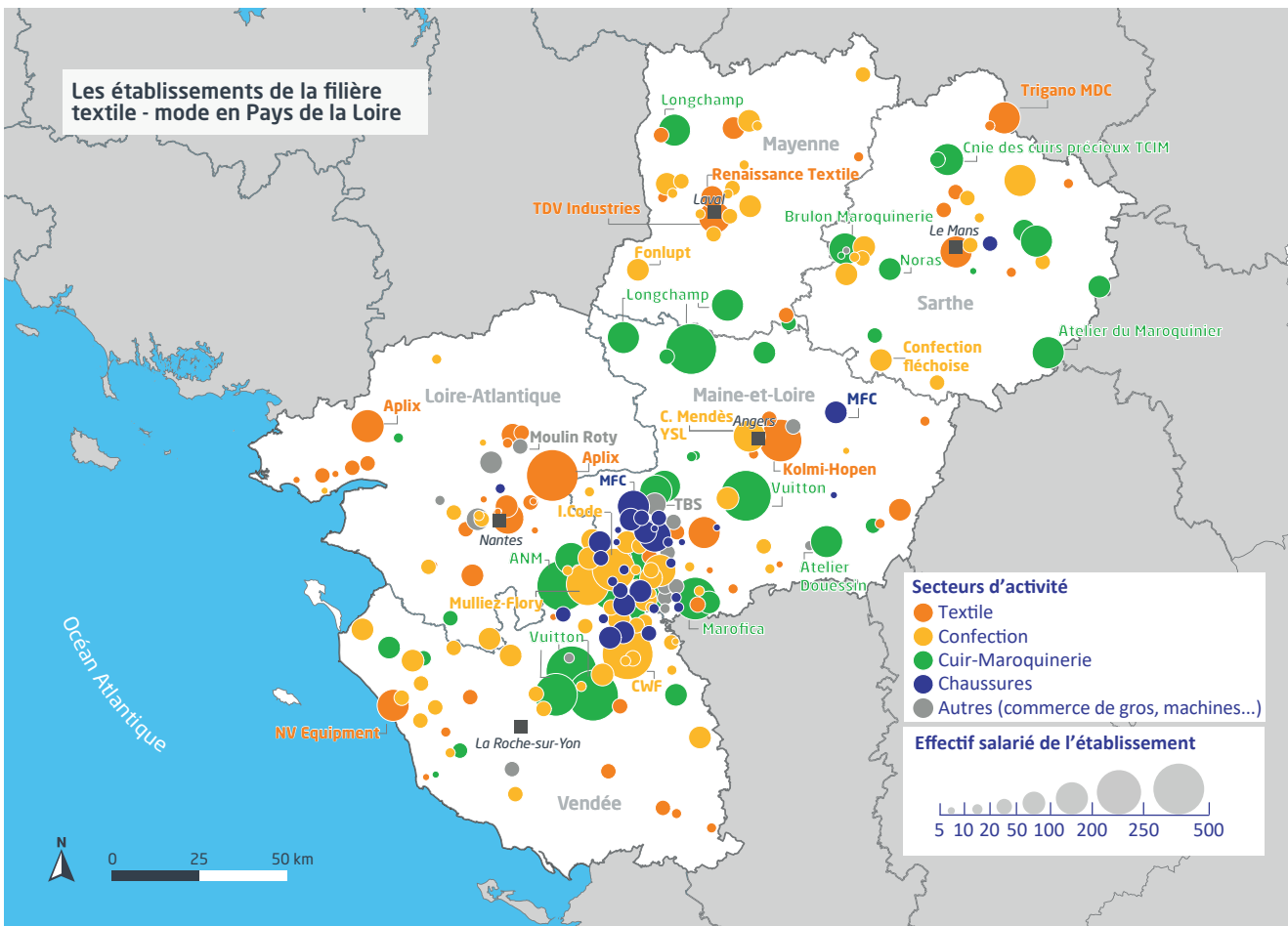
PLUS DE  
13 000 SALARIÉS



246 ÉTABLISSEMENTS



LUXE-HAUT DE GAMME  
54 % DES SALARIÉS



## Une belle dynamique de l'emploi dans tous les départements des Pays de la Loire

	Nombre d'établissements		Nombre de salariés	
	Textile-Mode	dont maroquinerie	Textile-Mode	dont maroquinerie
Loire-Atlantique	41	4	2 091	601
Maine-et-Loire	95	19	5 286	1 985
Mayenne	24	3	1 126	234
Sarthe	32	12	1 683	827
Vendée	54	9	3 045	1 098
<b>Pays de la Loire</b>	<b>246</b>	<b>47</b>	<b>13 231</b>	<b>4 745</b>

Territoire historique de la chaussure, le Maine-et-Loire représente le plus grand bassin d'emplois de la région avec plus de 5 000 salariés, soit près de 40 % de l'effectif régional. La Vendée accueille de son côté 23 % des salariés ligériens. Pour autant, les trois autres départements ne sont pas absents, et abritent quelques acteurs majeurs, en particulier dans la maroquinerie et le textile.

Depuis plusieurs années maintenant, une grande partie de la dynamique du secteur est assurée par la maroquinerie, dont les emplois augmentent plus rapidement que l'ensemble de

l'emploi salarié régional. Le moteur de cette création d'emplois repose bien souvent sur la tendance porteuse des marchés du luxe et du haut-de-gamme. Positionnée sur ces mêmes marchés, la confection se porte bien également grâce à la sous-traitance pour des maisons de haute couture.

Au-delà de la maroquinerie, la région concentre des établissements de taille significative dans les tissus, souvent non-tissés pour les marchés du nautisme ou de la santé.

## LES PRINCIPAUX SECTEURS D'ACTIVITÉ



### Les marchés du luxe et du haut-de-gamme, au cœur du développement de la filière

De grands acteurs du monde du textile sont présents en région dans des activités bien différenciées et sans lien direct avec le marché de la mode : **Aplix** sur le marché des fixations auto-agrippantes, **Kolmi-Hoppen** dans les gants, masques médicaux, **Trigano** dans les toiles pour les tentes ou les auvents des caravanes, **NVEquipment**, spécialisé dans les toiles de protection pour les bateaux de plaisance...

Sur le marché de la confection, le territoire abrite des acteurs historiques à l'image de **CWF** dans les vêtements pour enfants ou de **Mulliez-Flory** dans les vêtements à usage professionnel. Il accueille également de nombreux sous-traitants pour de grandes maisons de luxe.

Dans la chaussure, les Pays de la Loire comptent toujours des acteurs majeurs notamment le groupe **Eram**, largement implanté en Maine-et-Loire. Les plus grands établissements de la région sont d'ailleurs principalement des établissements de ce groupe, né en Maine-et-Loire dans les années 1930.

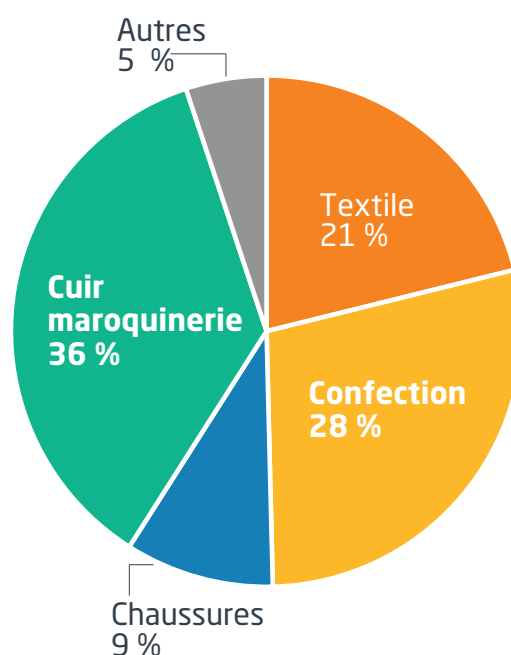


Plus récemment, l'installation de **Faguo** a contribué également à renforcer la visibilité de la chaussure et de la confection en région.

La maroquinerie est, depuis plusieurs années maintenant, le moteur de la création d'emplois dans la filière. Les Pays de la Loire bénéficient de l'implantation de **Longchamp** depuis les années 1950 et plus récemment du groupe **Vuitton**. **95 % des salariés de la maroquinerie travaillent pour le haut de gamme et le luxe.**

Le marché du luxe est ainsi un réel potentiel de développement pour les acteurs du territoire et entraîne dans son sillage de nombreuses entreprises.

■ Répartition des effectifs salariés par activité



Plus de 7 000 salariés pour les marchés du luxe et haut-de-gamme

Dans la région, la confection et la maroquinerie sont les activités où le positionnement luxe et haut-de-gamme sont les plus affirmés : 80 % des salariés de ces deux secteurs travaillent pour le luxe en Pays de la Loire. Au-delà des grands noms connus tels **Vuitton** ou **Longchamp**, la région abrite également de nombreux sous-traitants pour la maroquinerie ou des grandes maisons de haute couture : **Hermès**, **Yves-Saint-Laurent**...



**Deux clusters contribuant au développement de la filière**

**Nova Child**

Labellisé « grappe d'entreprises » depuis 2011, Nova CHILD, 70 adhérents, fédère et anime un réseau national composé d'entreprises, de centres de recherche et de formation, autour de l'innovation pour le bien être de l'enfant et de sa famille.

[novachild.eu](http://novachild.eu)



**Mod'Innov**

Ce cluster porté par Mode Grand Ouest a pour objectif d'accompagner les entreprises de la filière textile, mode, cuir dans leurs projets innovants.

[modegrandouest.fr](http://modegrandouest.fr)



**Des acteurs de la recherche technologique au service de la filière**

**1 Plateforme technologique eMode Cholet**

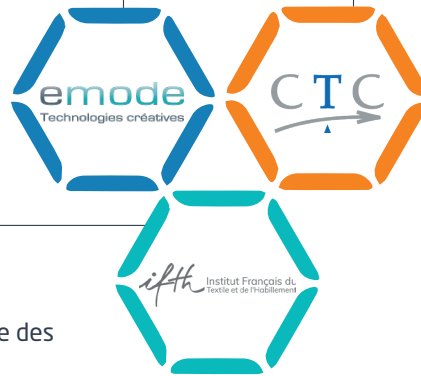
• Plateforme d'accompagnement, designers et entreprises mutualisant des ressources autour des motifs et des matières, dans un esprit FabLab pour permettre le développement d'un projet (impression numérique textile, gravure laser, sérigraphie, conception 3D, etc.).

[emode.fr](http://emode.fr)

**Centre Technique du Cuir (CTC) Cholet**

• Comité professionnel de la filière cuir, chaussure, maroquinerie, ganterie : développement de la performance, accès à de nouveaux marchés, de la conception des produits à leur commercialisation.

[ctc-services.org](http://ctc-services.org)



**3 IFTH Bouguenais**

• Centre d'expertise et d'innovation, s'appuyant sur des experts et des équipements couvrant l'ensemble des métiers, de la fibre textile à la mise sur le marché de produits finis.

[ifth.org](http://ifth.org)



**Des groupements régionaux pour soutenir et promouvoir la filière**



Groupement d'entreprises des régions Pays de la Loire, Nouvelle-Aquitaine, Bretagne et Centre-Val de Loire, mettant en avant la filière textile habillement, à travers des créateurs de mode et leur savoir-faire.

. 110 entreprises



Syndicat professionnel, rattaché à la Fédération française de la chaussure, regroupant des fabricants de chaussures, sous-traitants, fabricants d'accessoires en cuir, fabricants de formes, spécialistes en traitement de cuir.

. 28 entreprises



Groupement d'artisans du luxe du Maine-et-Loire partageant les valeurs du réseau : culture commune, savoir-faire artisanal et industriel, esprit d'innovation pour créer une synergie au service du luxe.

. 20 entreprises/ateliers

**Le Campus des métiers et des qualifications des industries créatives de la mode et du luxe**

« Le Campus est un réseau d'acteurs des filières de la Mode et du Luxe (textile, habillement, maroquinerie, chaussure et bijouterie). Il favorise l'échange entre les différents acteurs (écoles, entreprises, institutions) pour répondre aux besoins :

- des entreprises, en compétences
- des jeunes et adultes, en formations pour s'épanouir dans leur métier de demain. »

[campus-mode-pdl.fr](http://campus-mode-pdl.fr)





## La maroquinerie, au cœur de la dynamique des exportations de la région

A l'image de la France, la balance commerciale des produits liés au textile et à la mode est nettement déficitaire dans la région, en dépit de la présence de nombreux industriels du secteur.

En 2022, leurs exportations progressent de 16 % et leurs importations de 25 %.

Les exportations de la région reposent sur les trois piliers du secteur : textile (29 %), habillement (32 %) et maroquinerie-cuir-chaussures (39 %). Toutefois, en 2022, le moteur de la croissance des exportations repose clairement sur les produits de cuir-marroquinerie, chaussures qui progressent de 55 %.

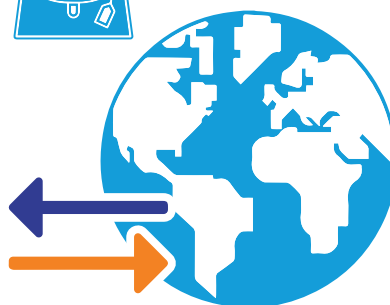
Nos principaux clients sont fréquemment en Union européenne (Allemagne, Italie, Belgique). Pour autant, s'agissant des produits de cuir-marroquinerie-chaussures, notre premier client est Hong Kong. Les produits textile ont également pour destination des pays de confection comme la Tunisie, la Bulgarie.

Les Pays de la Loire sont aussi une terre de façonniers, abritant de nombreux sous-traitants de grandes marques de luxe, ce qui explique l'importance des importations de tissus, destinés à entrer dans la chaîne de valeur locale.

La Chine est notre premier fournisseur de textile, d'habillement et de cuir-chaussures. Cependant les textiles importés en région viennent aussi d'Italie, d'Allemagne (non-tissés) et de Belgique. Parmi les fournisseurs d'habillement, les pays à bas coûts de main-d'œuvre sont largement représentés : Bangladesh, Inde.



### Commerce de produits du textile et de la mode dans les Pays de la Loire en 2022



#### EXPORTATIONS

**700** millions d'euros

#### IMPORTATIONS

**1 725** millions d'euros

Source : Douanes



© Pixabay

## MÉTHODOLOGIE D'ÉTUDE DE LA FILIÈRE



La base des entreprises a été élaborée à partir d'une méthodologie développée par Solutions&co - Analyse et Prospective. Celle-ci a permis de qualifier le périmètre de la filière textile et mode en Pays de la Loire selon l'activité principale des entreprises à travers leur code APE, complété par des recherches de type « approche par marché ».



L'impact sur l'environnement de l'industrie de la mode :

- ↳ **10 %** des émissions mondiales de **GES (Gaz à Effet de Serre)**
- ↳ **4 %** de l'**eau potable** consommée dans le monde
- ↳ **9 %** des **microplastiques** rejetés dans les océans

Source : Etude Accenture & FMC, 2023



**49 %** des Européens considèrent que la qualité du vêtement est un critère important, en hausse de 4 points par rapport à 2019. L'intérêt pour le pays d'origine du vêtement s'accroît également (+ 1 point).

Source : Étude IPSOS pour le Groupement International d'Étiquetage pour l'Entretien des Textiles, entre décembre 2020 et février 2021.

Depuis la fin des années 2000, alimentée par l'essor de la *fast fashion*, l'augmentation du volume d'articles mis sur le marché a détérioré l'impact environnemental du secteur. Les enjeux liés à la transition écologique sont dorénavant essentiels pour l'avenir de la filière, sa réputation. Une analyse conjointe de Paris Good Fashion et Climate France réalisée en 2023 témoigne de cette prise en compte des enjeux environnementaux du secteur (enquête auprès de 24 acteurs français, 8 du luxe, 8 d'une mode plus accessible et 8 distributeurs, des acteurs parfois présents en Pays de la Loire comme LVMH et le Groupe Eram).

## L'économie circulaire, une opportunité pour la filière

Chaque année, sont mis sur le marché français :

- 436 milliers de tonnes de vêtements
- 129 milliers de tonnes de chaussures



Source : Refashion, 2021

Le marché de la Mode Durable en 2030 en France

**14,2** milliards €  
 dont 11,3 milliards € pour la seconde main

**29 %** du marché de la mode (12 % en 2022)



Source : Refashion, 2021

## Favoriser une mode plus circulaire pour réduire l'empreinte écologique de la filière

• **L'éco-conception\*** est un des moyens de réduire l'impact environnemental de la filière, en développant des produits qui émettent moins de GES dès leur conception, tout en veillant à ce qu'ils ne soient pas néfastes pour l'environnement. L'éco-conception doit également prendre en compte l'impact de la filière sur la ressource en eau, à la fois en quantité mais également en qualité (rejets). Cette évolution est d'autant plus nécessaire que les consommateurs, en particulier les plus jeunes, sont de plus en plus sensibles à la préservation de l'environnement.



\*analyser les impacts environnementaux sur l'ensemble du cycle de vie d'un produit et les intégrer dès sa conception

### • Le réemploi et la réutilisation des stocks dormants de textile\*

Le réemploi se développe rapidement sous l'impulsion croisée de sites web (Vinted, Vestiaire Collective) et des démarches des marques et des enseignes qui développent une offre de seconde main.

\* produits avant ou après-production qui sont immobilisés en entrepôt sans perspective d'utilisation



**265** milliards d'€, valeur des stocks dormants inutilisés chaque année dans le monde

Source : Accenture

### • La réparation



La réparation prolonge l'usage des produits, retarde l'apparition de déchets et limite ainsi la production de nouveaux produits. La réparabilité est un gage de qualité. Un nombre croissant de marques développent des ateliers de réparation : Vuitton, Longchamp, Fago...

« **59%** des consommateurs utilisent les sites web et les applications pour acheter et vendre des produits de seconde main »

Source : Fevad, 2021

### • Le recyclage et l'upcycling\*

Aujourd'hui seul 34 % des vêtements et chaussures sont collectés, un énorme potentiel existe donc en France qui pourra être favorisé par le travail de l'éco-organisme Refashion créé en 2008. L'upcycling est également une opportunité pour les entreprises à l'image de l'Atelier Lilokawa (44) qui transforme, en France, kakemonos, voiles, tissus en bagages, pochettes...

\* récupération et transformation de tissus en des produits de qualité supérieure (Refashion)

**55 %** des français donnent une seconde vie à leurs vêtements via la revente (42 %) et le recyclage.

Source : Étude Opinionway - Refashion, 2021



SESSILE : les sneakers réparables et recyclables fabriquées en France

Ces chaussures sont fabriquées par La Manufacture, usine du groupe Eram, implanté en Maine-et-Loire depuis 1927, également sous-traitante de plusieurs marques tricolores (1083, Le Coq Sportif, Jules et Jane...).

### • L'approvisionnement local, un levier pour une mode plus durable

Dans un contexte de modération de l'impact de la filière sur la planète, les chaînes d'approvisionnement doivent être repensées. Ce mouvement déjà à l'œuvre avant la crise sanitaire a été amplifié depuis la paralysie du commerce mondial engendré par cette dernière. Les industriels réfléchissent ainsi non seulement à diversifier les sources d'approvisionnement mais également à développer un sourcing plus local.

La majorité des impacts de l'industrie se situe en amont de la chaîne de valeur, au niveau de la production et de la transformation des matières, il est donc nécessaire d'augmenter la durée de vie des produits.



**50 %** des distributeurs en France souhaitent avoir davantage recours à un approvisionnement local en 2023.

Source : Enquête Institut Français de la Mode auprès d'une centaine de distributeurs en France



« Traçabilité des produits, innocuité des vêtements et faible bilan carbone seront les atouts du refabriquer en France pour satisfaire les clients » Source : Union Française des Industries Mode Habillement

## Une meilleure gestion de la ressource en eau, une nécessité pour la filière

1 kg de coton = entre 5 000 et 10 000 litres d'eau  
1 jean = 10 000 litres  
1 paire de sneaker = 8 000 litres

Sources : ONU, Paris Good fashion, MIT



Des solutions existent pour réduire la consommation d'eau dans le procédé de production :

- introduire des fibres recyclées car la production de fibres vierges est très consommatrice d'eau
- recourir à des technologies économes en eau pour le délavage (ozone), à des process de teinture sans eau...
- installer des systèmes d'eau en circuits fermés...



Bleu Océane (Vendée), spécialiste du denim, qui travaille pour de grandes maisons de luxe, a investi début 2022 dans deux systèmes de décoloration -laser- et ozone- afin de diminuer sa consommation d'eau.

Des initiatives devront aussi se multiplier sur la question des rejets d'eaux usées notamment vis-à-vis de la question des pollutions par les microplastiques, lors du lavage des vêtements contenant des fibres synthétiques. Des acteurs français s'investissent également dans la réduction ou suppression des emballages des produits en vente et dans l'utilisation de matériaux recyclés. Les cintres en plastique sont également au cœur des réflexions.

**Innoshoe**, est une charte d'innocuité initiée par le Groupement Régional de la Chaussure des Pays de la Loire, avec le concours du CTC, et le soutien financier de la Région des Pays de la Loire. Cette charte de qualité atteste que le fabricant contrôle le processus de fabrication et l'innocuité de ses produits.



A compter de 2025, en France, les lave-linge mis en vente devront posséder un filtre à microplastiques ou toute autre solution empêchant la dispersion de ces derniers.

## Les outils numériques, alliés de la transition écologique de la filière

Compte tenu de son impact environnemental, le futur de la filière repose en grande partie sur une optimisation des volumes produits. L'industrie 4.0, l'IA, améliorent les procédés de production en les rendant automatisés et plus intelligents. Elles peuvent ainsi redonner de la compétitivité aux productions françaises.



- Le recours au big data permet d'approcher au mieux les envies des consommateurs et d'ajuster très rapidement les productions pour éviter les invendus. A l'inverse, cela permet aussi d'accroître la production des articles les plus populaires.
- Des chaînes de production robotisées et connectées peuvent également s'adapter à la demande, réaliser des petites séries.
- Le recours à l'IA pourrait faciliter la collecte des principales caractéristiques d'un produit, simplifier sa mise en ligne et permettre le développement d'une distribution *cross canal*, un mode de distribution qui améliore la visibilité de l'entreprise et donc ses ventes potentielles.

Par ailleurs, en enregistrant de façon certifiée chaque étape de la chaîne logistique complexe de l'industrie de la mode, la blockchain certifie la traçabilité des produits, notamment de luxe, et facilite ainsi le développement de la seconde main, en diminuant le risque de contrefaçon.



Bernard Solfin lance une nouvelle marque qui mise sur le Made in France - « La marque vendéenne de vêtements pour seniors Bernard Solfin lance La Française. Cette nouvelle marque au positionnement plus mode met en avant une fabrication 100 % française et une commercialisation 100 % digitale ».

Le Journal des entreprises, 08/02/2023



Kering développe une application, My EP&L, qui permet de connaître le coût environnemental d'un produit en fonction de sa composition et de son origine. Le consommateur peut ensuite choisir la combinaison plus favorable à l'environnement.