

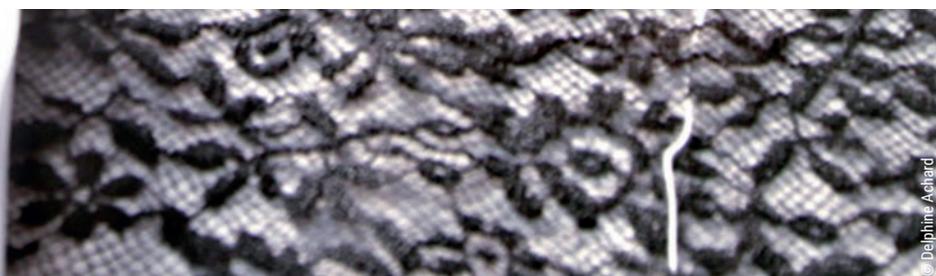


📖 ÉTUDE

# LA FABRICATION DE LA MODE À PARIS

ENTRE HÉRITAGE ET INNOVATION

NOVEMBRE 2017



*Cette étude a été menée en 2016. Certaines informations peuvent être erronées, les structures et données ayant évoluées depuis.*

Directrice de la publication : **Dominique ALBA**

Sous la direction de : **Audry JEAN-MARIE**

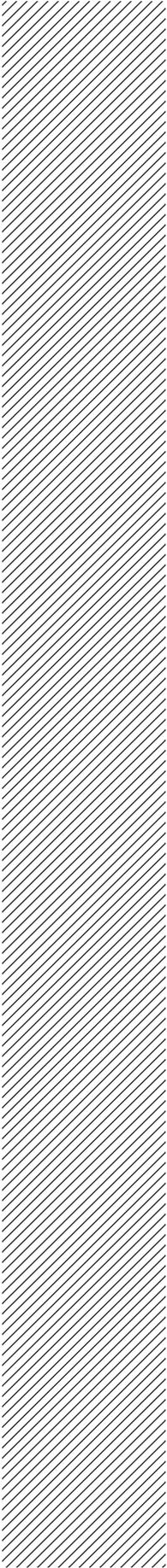
Étude réalisée par : **Jean-Pierre SERNA, Julien GICQUEL**

Cartographie : **Jean-Pierre SERNA, Julien GICQUEL**

Photos et illustrations : **Apur sauf mention contraire**

Mise en page : **Apur**

[www.apur.org](http://www.apur.org)



2016 V2.6.2.2.2

# Sommaire

INTRODUCTION .....	4
L'ÉCONOMIE DE LA MODE EN CHIFFRES .....	4
<b>Qu'est-ce que le « fabriqué à Paris » ? .....</b>	<b>6</b>
Mise en perspective historique .....	6
Aujourd'hui : prototypes et petites séries .....	7
Des partenaires européens et mondiaux .....	9
<b>La géographie des ateliers, entre permanence et renouvellement .....</b>	<b>10</b>
Une base de données spécifique .....	10
Plus de 300 ateliers et 3 secteurs géographiques principaux .....	12
<b>La Haute Couture, secteur d'innovation permanente .....</b>	<b>20</b>
La mobilisation d'un vaste réseau d'ateliers .....	20
Repères territoriaux .....	23
<b>Les initiatives de soutien à la filière .....</b>	<b>24</b>
Les Maisons de couture, également, protègent leur écosystème .....	24
La Municipalité propose des locaux et des services .....	25
Apparition de nouveaux acteurs .....	26
<b>Le défi de l'innovation .....</b>	<b>28</b>
La Fashion Tech, dynamique d'avenir .....	28
Promotion et développement de la mode innovante .....	29
Changer la mode pour changer le climat .....	31
L'enseignement de la mode à l'heure de l'innovation .....	32
CONCLUSION .....	34
ANNEXES 1/2/3/4/5 .....	35
BIBLIOGRAPHIE .....	42
RÉFÉRENCES AUDIOVISUELLES .....	43

---

## INTRODUCTION

---

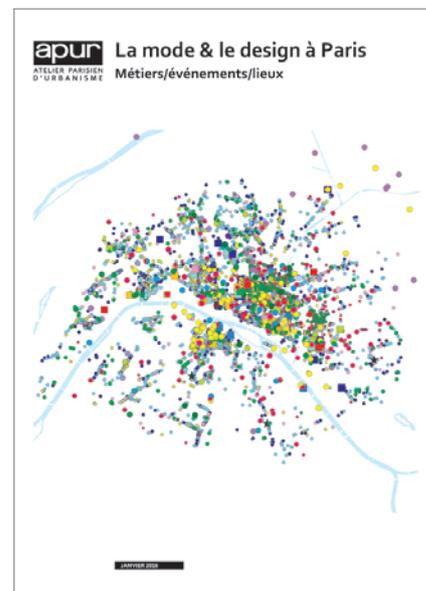
Cette note porte sur un aspect peu connu de l'économie de Paris, celui de la création et de la production de la mode. Peu visible depuis l'espace public, la fabrication de la mode est une fonction traditionnelle qui s'inscrit à Paris dans une histoire séculaire.

L'exposition « Made in Paris » qui s'est tenue à l'hôtel de ville de Paris en octobre 2016<sup>1</sup> a mis en évidence la diversité des objets fabriqués dans la capitale et la place particulière des articles de mode. Au moment où « produire en ville » est devenu un sujet d'intérêt partagé, l'expérience parisienne dans le domaine de la mode revêt un intérêt accru.

Une étude précédente de l'Apur consacrée à la mode et au design soulignait l'organisation originale du secteur de

la mode, avec une complémentarité des activités de création, de production, d'exposition et de vente. Cette nouvelle analyse la prolonge avec des éléments sur la localisation des ateliers et sur les actions déployées à Paris en faveur de la filière de la mode.

Une autre ambition est de donner à voir l'irruption de l'innovation dans la mode parisienne ces dernières années. Longtemps on n'a voulu voir dans la mode et le luxe qu'une industrie de tradition et de savoir-faire artisanal. L'accent était mis sur la transmission plus que sur la recherche et l'innovation. Désormais, à l'ère de la mutation numérique, la diffusion des nouvelles technologies interroge chacune des étapes de la fabrication de la mode.



<https://www.apur.org/fr/nos-travaux/mode-design-paris-metiers-evenements-lieux>

## L'économie de la mode en chiffres

Une récente étude de l'Institut français de la mode a tenté d'évaluer le poids économique de la mode dans l'économie française.

L'étude s'attache tout d'abord à définir le périmètre de « la mode ». Elle y englobe différentes catégories de produits (textile, vêtements, chaussures, maroquinerie, horlogerie, bijouterie, joaillerie, optique, parfums et cosmétiques) et différentes étapes dans la vie du produit (de la création au commerce de détail, en passant par la fabrication).

- En retenant cette définition, relativement large, le secteur de la mode représente **150 milliards de chiffre d'affaires en 2015**, 33 milliards d'exportations ; 580 000 emplois directs, ou encore 1,7 % du PIB du pays, soit un total plus élevé que les secteurs de l'automobile et de l'aéronautique réunis.

- Dans le détail, les textiles et vêtements viennent au premier rang des industries de la mode en France avec **67 milliards d'euros de chiffre d'affaires**. Et selon les données INSEE et les calculs réalisés par l'IFM, suivent les parfums et cosmétiques (44 milliards d'euros), la Maroquinerie et les chaussures (22 milliards d'euros) et enfin l'optique (9 milliards d'euros).
- Le secteur de la mode est aussi un gros employeur avec **580 000 emplois** directs et jusqu'à un million d'emplois si on prend en compte la sous-traitance.
- La capitale concentre sur une année **300 défilés et 27 salons professionnels** liés à la mode. Les retombées économiques dans l'hôtellerie, la restauration ou en termes d'achats, sont estimées à 1,2 milliard par l'IFM. En termes de transactions commerciales, on atteint les 10,3 milliards d'euros.

**1** — Les industries de la mode dans l'économie française, Institut français de la mode, oct. 2016. Étude réalisée à la demande de la Fédération Française de la Couture, du prêt-à-porter des Couturiers et des Créateurs de Mode et de la Fédération Française du prêt-à-porter Féminin.



Atelier Le Marié, Maison Chanel (Pantin)

© Delphine Achard

# 1.

# Qu'est-ce que le « fabriqué à Paris » ?

## Mise en perspective historique

Au milieu du XVII<sup>e</sup> siècle, la passion pour les belles étoffes ne cessait de croître dans une Europe qui s'enrichissait. Le monde du textile était au cœur des innovations qu'elles soient techniques, scientifiques, économiques ou militaires. De nouvelles teintures arrivaient d'Amérique. Les commerçants hollandais et portugais avaient la maîtrise du commerce de l'indigo en provenance d'Inde. C'est dans ce contexte très concurrentiel que Colbert réorganisa la protection des produits nationaux : ordonnance sur les teintures visant à garantir la qualité de la production française (1667) ; élévation au rang de manufacture royale de l'atelier de tapisserie des frères Gobelins, fondé en 1450 à Paris ; nouveaux tarifs douaniers pour décourager les importations. Par ces mesures, un élan initial décisif est donné au monde du textile en France et particulièrement à Paris.

Le textile est longtemps demeuré un pilier du développement économique français. Plus que d'autres villes manufacturières (telles que Lyon pour les soieries ou Aubusson pour la tapisserie) Paris s'est placé au centre du processus avec un réseau de manufactures diversifiées : broderie, dentellerie, ennoblisseur textile...

Au XIX<sup>e</sup> siècle, avec la révolution industrielle, l'industrie investit la ville de ses filatures de coton et d'une intense activité de l'industrie du cuir. Si ces industries se développent dans tout le pays, la dynamique de la mode s'intensifie à Paris avec les expositions universelles

et l'essor de la Haute Couture. Des créateurs-couturiers décident de fonder leur Maison de Couture à Paris au moment où la ville consolide sa position de carrefour international du commerce de la mode.

David Zajtmann, professeur à l'Institut Français de la Mode, résume ainsi les facteurs qui firent du début du XX<sup>e</sup> siècle un âge d'or de la couture parisienne.

*« Une main-d'œuvre féminine bon marché payée à la pièce, des droits à l'exportation peu élevés. Une clientèle aristocratique couplée à celle de nouveaux riches (provenant notamment d'Amérique du Nord et d'Amérique latine), et des couturiers devenus des personnages sociaux et ne souffrant d'aucune concurrence nationale et internationale. Comme le souligne Deschamps : « c'est à Paris que le monde entier vient chercher ses modèles ». (...) La crise de 1929 avec son cortège de mesures protectionnistes et de contrôle des changes puis la seconde guerre mondiale vient porter un coup sévère à cette industrie. La domination des couturiers sur le monde de la mode est progressivement remise en question. Extrait de la revue Mode de Recherche (N°16), consacrée au luxe. « L'organisation professionnelle comme source de légitimité. Le cas de la Fédération de la couture, du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode ». David Zajtmann.*

La fabrication de la mode a contribué à l'identité des quartiers dans lesquels elle s'est implantée : l'est du 2<sup>e</sup> arrondissement est devenu le cœur de la fabrication du prêt-à-porter (quartier du



Outillage Maison Guillet – Paraffection (Pantin)

© Apur



© Luke Robertson

Atelier Fauvel – Chaussure – Haut de gamme, jeune création (14<sup>e</sup>)

Sentier), le 3<sup>e</sup> le haut lieu des ateliers de maroquinerie, le 9<sup>e</sup> et le 10<sup>e</sup> ont reçu les ateliers de fourrure et leurs façonniers de prêt-à-porter haut de gamme. Le quartier de Belleville a principalement accueilli les ateliers de chaussures et les alentours de la place de la République ont été investis par les bijoutiers.

Un carrefour parisien des cultures s'est formé à travers le textile avec l'arrivée de savoir-faire du monde entier dans la Capitale à partir du XIX<sup>e</sup> siècle, mouvement qui perdure encore à l'heure actuelle.

L'arrivée d'une nouvelle génération de couturiers, internationalement reconnus, à l'instar de Karl Lagerfeld, Jean-Paul Gaultier ou encore Christian Lacroix, redynamise et modernise le secteur dans les années 1980-90. Cette dynamique profite au Sentier qui enregistre une activité intensive. Pour autant, cette redynamisation ne parvient pas à enrayer la décroissance du secteur.

## Aujourd'hui : prototypes et petites séries

La baisse de l'activité s'est poursuivie dans les années 2000-2009 et s'est concrétisée par des restructurations au sein des maisons de couture tandis que des ateliers de fournisseurs fermaient leurs portes, gommant ainsi l'identité textile de certains quartiers. Des ateliers se sont installés en banlieue parisienne, d'autres à l'étranger. Si le marché du luxe est resté prospère, le reste de la filière a subi un recul.

Les raisons de ce déclin sont multiples :

- la pression foncière a favorisé les départs d'entreprises, réduisant les locaux utilisables pour la fabrication. Nombre d'ateliers textile ont fermé leurs portes, souvent réinvestis par de nouvelles industries créatives d'un autre type notamment les entreprises

NTIC, des agences de publicité ou encore de production audiovisuelle ;

- le refus croissant des nuisances (bruits, stationnement) de la part des habitants, relayé par des actions en justice, a aussi favorisé les départs d'ateliers ;
- les réglementations sur le travail et l'hygiène ont favorisé la mutation des ateliers et parfois leur disparition. Une partie ne pouvait répondre aux obligations de mise en conformité des locaux aux normes de sécurité, d'hygiène et d'adaptation de conditions de travail pour les employés.

Toutefois malgré ces contraintes et leur impact sur le parc des ateliers parisiens, la fabrication de la mode à Paris a conservé un poids significatif et poursuivi sa mutation.



Serkan Cura – Haute Couture (3<sup>e</sup>)

© Apur



Atelier Mazarine – Prêt-à-porter – Ateliers de Paris (11<sup>e</sup>)

© Apur



Atelier Christine Phung – Créatrice de mode (8<sup>e</sup>)

© Apur



Atelier Fauvel – Chaussure – Haut de gamme, jeune création (14<sup>e</sup>)

© Apur

La mode à Paris doit sa spécificité à deux facteurs principaux: d'abord la présence de la Haute Couture qui, par son statut spécifique et les savoir-faire qu'elle mobilise, reste une particularité dans le monde. L'autre grande caractéristique réside dans l'effervescence de la création parisienne, qui fait de Paris un tremplin pour les couturiers. Leur activité se limite essentiellement à la réalisation de prototypes ou à la fabrication de petites séries. Étant à la tête d'entreprises émergentes pour beaucoup d'entre eux, ils n'envisagent pas une production de masse qui ne correspondrait ni à leur philosophie, ni au nouveau cadre urbain, plus que contraint. Outre les petites séries, il est à noter que la fabrication de la petite maroquinerie se maintient, ne nécessitant que peu d'espace et de machines.

En résumé, le « fabriqué à Paris » est fortement lié à des savoir-faire d'exception que conservent jalousement les maisons de couture. Il est également porté par de jeunes entrepreneurs créatifs et innovants, auxquels la capitale donne toute leur chance même quand ils fabriquent le plus souvent à leur domicile.

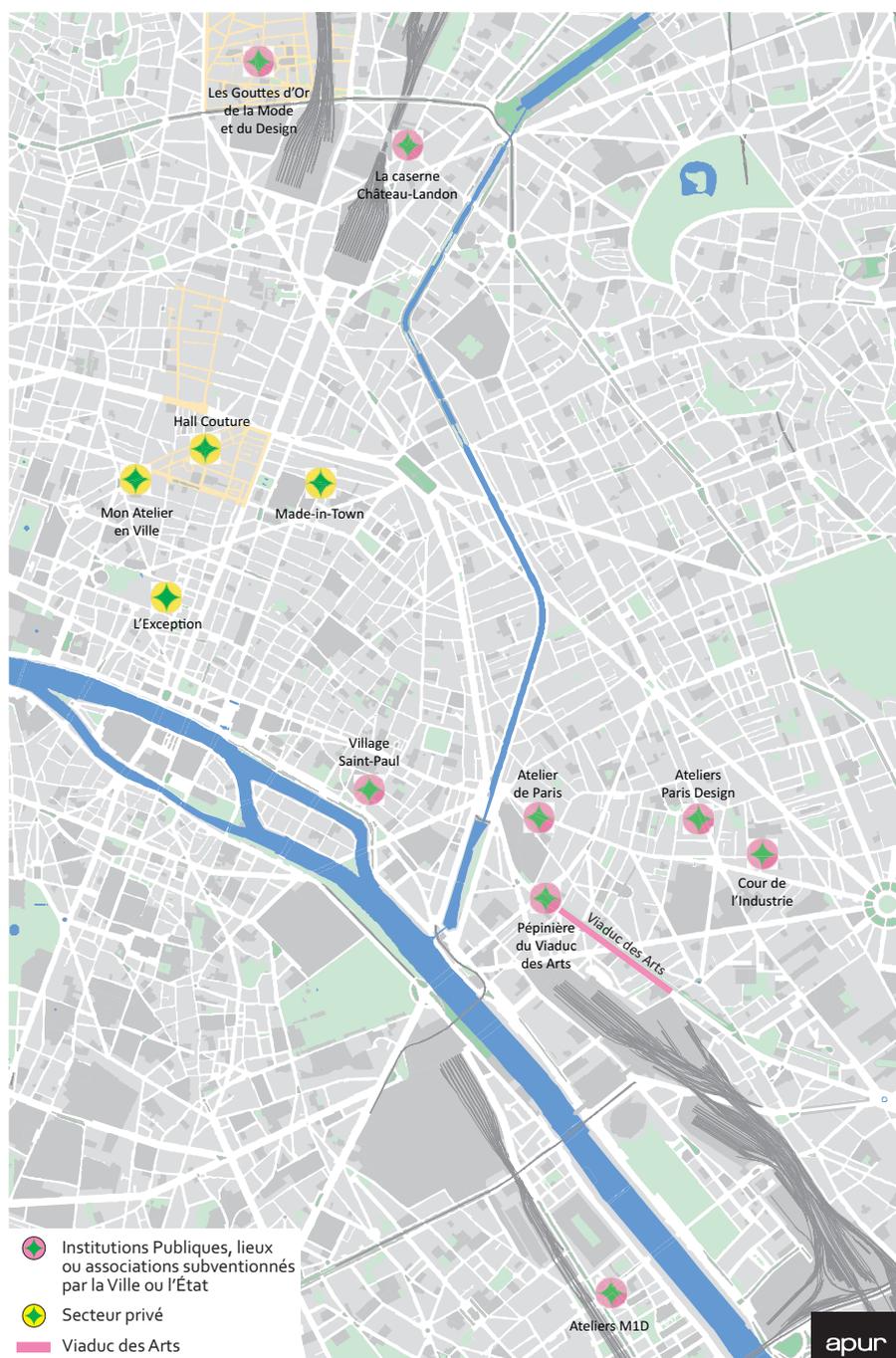
## Des partenaires européens et mondiaux

L'écosystème de la création parisienne est en relation avec des industries internationales. Bien que la Chine ou les pays du sud-est asiatique offrent des conditions de fabrication peu coûteuses, l'industrie européenne conserve des créneaux compétitifs. La mode parisienne a tissé des relations avec dif-

férents pays européens : le Portugal détient des usines équipées de technologies de pointe et offre des coûts de production abordables même pour de petites marques. L'Italie reste un grand fournisseur de matières premières dont le cuir et la laine. C'est aussi un acteur important pour la fabrication de produits de luxe et haut de gamme, notamment pour le tissage et la fabrication de chaussures. Les pays de l'Europe de l'Est et d'Asie Mineure dont la Pologne, la Hongrie, la Bulgarie et la Turquie jouent un rôle dans la fabrication de prêt-à-porter de qualité et aussi, en lien avec de jeunes créateurs, pour la fabrication de prototypes.

Dans ce contexte très concurrentiel, le « fabriqué en France » dans le domaine de la mode continue d'obtenir des réussites (toujours disputées) dans le haut de gamme et la création. C'est aussi dans le secteur du cuir, matière appréciée des créateurs, que les ateliers parisiens restent actifs.

### FABRIQUER À PARIS, LIEUX DE RÉFÉRENCE



## 2.

# La géographie des ateliers, entre permanence et renouvellement

## Une base de données spécifique

La fabrication parisienne demeure riche de la diversité de ses savoir-faire : broderie, chaussure, confection, corsetier, costumier, couture, flou, fourrure, lingerie, maille, maroquinerie, modiste, parure, perruquier, plumassier, sérigraphie, tailleur, vêtements en cuir... Plus de 90 métiers sont représentés dans ces ateliers parmi lesquels : les couturiers, les créateurs, les directeurs artistiques, les photographes ainsi que les personnels de l'administration et du commerce.

S'il existe des répertoires des établissements qui concourent à fabriquer la mode à Paris, ils sont loin d'être exhaustifs. C'est ainsi qu'est née l'idée de constituer un répertoire évolutif de la fabrication de la mode.

La mise au point du répertoire s'est appuyée sur :

- une enquête de terrain réalisée entre octobre 2015 et février 2016. Les principaux périmètres parisiens (voir ci-après) ont été parcourus avec le souci de vérifier bâtiment par bâtiment, cour par cour, étage par étage la localisation des activités liées à la fabrication des vêtements. Des recherches sur internet ont permis de compléter l'information ;
- des rencontres avec les acteurs impliqués ; elles ont permis de mieux comprendre les catégories d'activités et de lieux liés au processus de fabrication ;

- le recours aux bases de données existantes, notamment celle de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat (CMA) et celle des Ateliers de Paris (Mairie de Paris).

Nonobstant certaines difficultés pratiques :

- l'adresse du siège de l'entreprise ne correspond pas toujours au lieu de fabrication ;
- un « jeu de piste » doit parfois être suivi pour retracer les étapes de la fabrication d'un vêtement dans la mesure où plusieurs ateliers sont souvent mobilisés dans et hors Paris ;
- la fabrication étant une étape considérée comme semi-confidentielle et n'ayant pas besoin de visibilité, les griffes ne souhaitent pas en faire état. Elles ne communiquent pas non plus sur les adresses des ateliers avec lesquels elles traitent. Toutefois aujourd'hui les stratégies de communication évoluent et les conditions de fabrication sont devenues un argument de vente. C'est particulièrement vrai pour la mode éthique qui met en avant des processus de production durables (démarche de Sakina M'Sa, l'Herbe Rouge).



Étudiant en maroquinerie – École La Fabrique (17<sup>e</sup>)

© Aurélie Blanc/CCI Paris Ile-de-France



Atelier chaussure – École Maurice Arnould (18<sup>e</sup>)

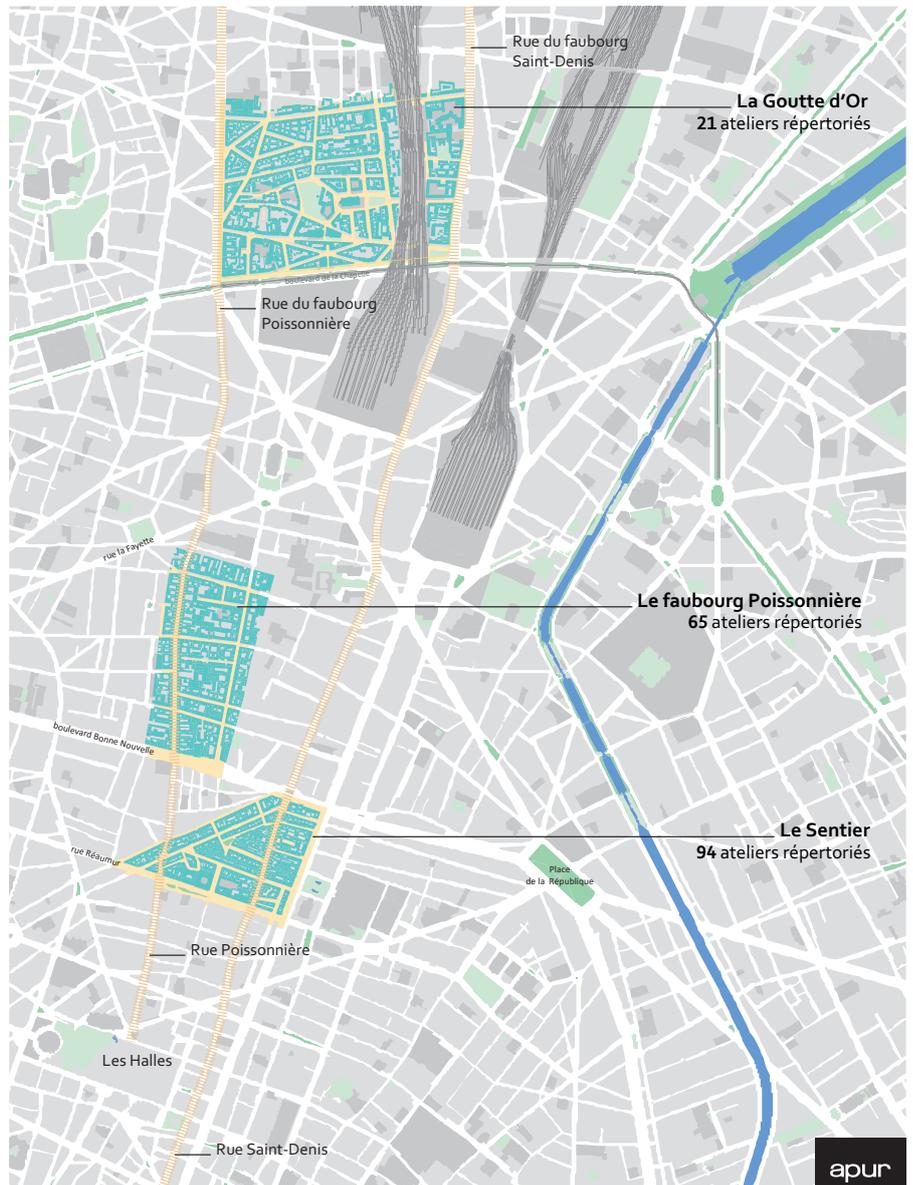
© Apur

# Plus de 300 ateliers et 3 secteurs géographiques principaux

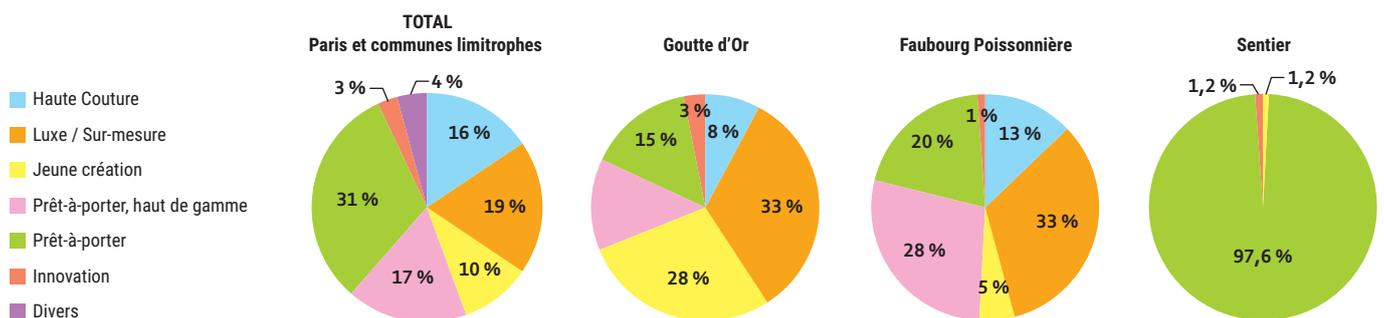
Plus de 300 ateliers recensés :

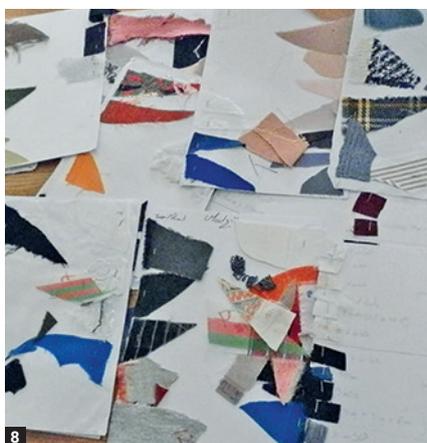
- ils se localisent principalement dans les quartiers du Sentier (94 ateliers), du faubourg Poissonnière (65) et de la Goutte d'or (23) ;
- types de production : le prêt à porter de grande distribution et la haute couture mobilisent la grande majorité des ateliers. Viennent ensuite le prêt à porter haut de gamme, le luxe et la jeune création ;
- les ateliers situés dans le quartier du Sentier développent l'essentiel de leur activité dans le prêt à porter de grande distribution. En revanche ceux du faubourg Poissonnière se répartissent entre la haute couture, le luxe, le prêt à porter haut de gamme et le prêt à porter plus ordinaire. Ceux du secteur Goutte d'or sont plutôt tournés vers le luxe et le sur-mesure ;
- localisation des ateliers : près de 30 % sont situés au RC sur rue et 21 % en étage sur rue. Ils peuvent être aussi en RC sur cour (14,7 %) ou en étage sur cour (11,5 %).

## LA FABRICATION DE LA MODE PARISIENNE EN 3 QUARTIERS



## TYPLOGIE DES ATELIERS DE FABRICATION DE LA MODE





- 1 – La fabrique  
© L. Bonvillain/R. Roux/CCI Paris Ile-de-France
- 2 – Maison Lesage © Apur
- 3 – Serkan Cura © Apur
- 4 – Atelier Christine Phung © Apur
- 5 – Atelier Fauvel © Apur
- 6 – La fabrique  
© La Fabrique/CCI Paris Ile-de-France
- 7 – Maison Lemarié © Delphine Achard
- 8 – Mazarine © Apur
- 9 – Maison Lesage © Delphine Achard
- 10 – Serkan Cura © Apur
- 11 – Maison Guillet © Apur

## Le Sentier

Depuis plus de 100 ans, le Sentier est un lieu emblématique de la fabrication de vêtements. Des ateliers fournisseurs y étaient installés dès le XVIII<sup>e</sup> siècle comme la Maison Légeron, fabricant de fleurs de couture, établie rue Blondel entre 1727 et 1976. L'un des ateliers de la filature Au ver à soie, entreprise reconnue au titre de « Patrimoine Vivant », se tenait boulevard Sébastopol entre 1930 et 2000. Des nombreuses marques de prêt-à-porter y ont vu le jour (Kookaï, Bhatti, BelAir, Morgane, etc.), des créateurs-couturiers contemporains de renom y ont eu leurs studio-atelier (Adeline André, Bouchra Jarrar, Christine Phung). D'autres couturiers sont installés à proximité, dans le 3<sup>e</sup> arrondissement (Jean-Paul Gaultier, Franck Sorbier). L'image du quartier est encore aujourd'hui souvent associée à un lieu congestionné, encombré, bruyant et

dépourvu d'intérêt pour les habitants ou les touristes. Si cette image a pu refléter la réalité du quartier à certaines époques, ce n'est plus le cas aujourd'hui. Le quartier est devenu plus résidentiel. Les entreprises du secteur des NTIC s'y sont développées. Quant au réseau de fabrication de la mode, il s'est fortement réduit et transformé.

### 94 ateliers recensés

Au total 94 ateliers de fabrication de la mode ont été recensés dans le quartier du Sentier en 2016 dans un périmètre délimité par le boulevard Sébastopol à l'Est, le boulevard Saint-Denis au Nord, la rue de Cléry à l'Ouest et la rue Réaumur au Sud. Parmi eux, 71 % sont visibles depuis la rue ou des cours en libre accès. À noter que 91 % de leur activité est liée au prêt-à-porter de grande distribution.

## LES ATELIERS DE FABRICATION – SECTEUR SENTIER



### Une fonction spécifique dans la chaîne de l'habillement

La fabrication principale dans le Sentier est celle du prêt-à-porter de grande distribution. Ce type de production cible un marché spécifique déterminé d'abord par les centrales d'achat (comme Auchan) et ensuite, à moindre échelle, par une clientèle internationale venant principalement du Brésil, du Maghreb, des États-Unis ou d'Espagne.

Chaque « fabricant » développe généralement ses propres collections (conception-fabrication-vente) et s'adapte aux besoins des clients quant au design, à la quantité et au type de pièces à fournir. C'est une souplesse essentielle que le Sentier apporte aux centrales d'achats en leur permettant de compléter leurs stocks rapidement, sans avoir à subir les délais inhérents aux achats à l'étranger, en Chine ou Pakistan par exemple. Le Sentier est ainsi resté un lieu d'affaires important pour la mode même s'il perd progressivement sa mono fonctionnalité. Le lieu ne livre pas tous ses secrets au promeneur, l'accès aux ateliers, comme aux showrooms, étant réservé aux clients.

Deux types d'agents s'occupent de la fabrication : les « fabricants » et les « ateliers de confection ». Les « fabricants » contrôlent le processus de production : ils réalisent la conception de vêtements, le patronage et la découpe de tissus, ils négocient également avec les clients et commercialisent les marchandises. Les « fabricants » sous-traitent par ailleurs les services des « ateliers de confection » qui font l'assemblage des pièces, le repassage et la présentation des vêtements pour la vente (cela comprend la livraison des produits finis). Dans les ateliers du Sentier, on fabrique indistinctement des vêtements pour homme, femme ou enfant, de la chaîne ou de la trame, du flou...

L'intensité de la production varie durant l'année en fonction, entre autres, des deux collections saisonnières. Les pics d'activité se placent aux mois de février-avril et septembre-novembre. Les mois de

juillet-août et de décembre-janvier sont les moins actifs, une partie des ateliers étant fermés et la vitalité du quartier ralentie. Comme pour la haute couture, le cycle de fabrication qui s'opère dans le Sentier implique une proximité territoriale des acteurs et des lieux concernés par le processus de production. En amont du retail, le Sentier est un écosystème où l'on conçoit des vêtements, on les fabrique et on les commercialise. Différents types de locaux sont mobilisés : des commerces fournisseurs de matières premières, des ateliers de fabrication, des lieux de stockage, des showrooms et des boutiques de grossistes.

### Un avenir ouvert

Ces dernières années, la fabrication dans le Sentier est restée en déclin par rapport aux années 80 et 90. Fermetures et délocalisations se sont poursuivies même si le rythme s'est nettement ralenti. Ces évolutions sont liées à une concurrence mondialisée et marquée par la domination des pays asiatiques. Non seulement la Chine mais aussi le Pakistan et l'Inde.

La baisse de l'activité s'est reflétée dans l'occupation de l'espace public : les livraisons ont diminué avec un impact significatif sur la circulation automobile et piétonne ; les nuisances liées aux activités de production se sont beaucoup réduites. Désormais le bruit des machines est peu perceptible aux abords des ateliers. La fabrication semble mieux s'insérer dans le tissu urbain où elle occupe toujours une place importante dans la dynamique du quartier. Les ateliers qui se sont maintenus restent un pilier pour la filière de la mode parisienne. Aujourd'hui, si le Sentier fabrique essentiellement pour la grande distribution, il s'ouvre progressivement aux créateurs. Ces derniers peuvent y faire fabriquer de petites séries ou leurs collections capsules.

Parallèlement le Sentier devient un centre de l'innovation numérique à Paris. De nouvelles entreprises, des espaces de travail partagé, des laboratoires communautaires, des centres de business

s'y sont installés à partir de 2008, parmi lesquels le NUMA-Sentier, la Maison du Bitcoin et la Paillasse. D'accès facile depuis la rue ou les passages, chacun de ces lieux émergents dispose de locaux rénovés et équipés sur des surfaces non négligeables (jusqu'à 750 m<sup>2</sup>).

Ainsi le Sentier s'ouvre à une occupation plus mixte de l'espace. L'identité du quartier ne se réduit plus uniquement à un univers textile mais repose sur une diversité nouvelle apportée par le numérique, le jeune entrepreneuriat, et le renouveau du logement, aux côtés de la fabrication de vêtements et du commerce de gros dont l'activité se poursuit. En outre de nouveaux investissements permettent la rénovation des certains bâtiments. Ce nouveau réseau étant récent, il sera intéressant d'observer son devenir dans la durée.



Secteur Sentier

© Apur



autres sociétés plus petites implantées à Paris et à Lyon.

« Au niveau national le secteur de la fourrure rassemble environ 700 emplois directs répartis entre quelques dizaines de petites et moyennes entreprises. Si elle bénéficie d'une réputation de qualité et de raffinement, la fourrure française est devenue au fil des décennies très concurrentielle (allemands, italiens, américains...) et exposée à la mondialisation. La fourrure est aussi une activité fortement régulée sur le plan juridique et éthique sous l'égide de la Fédération Internationale du Commerce de la Fourrure en application de la convention de Washington.<sup>2</sup> »

### Une activité mondialisée

Même à l'échelle d'une entreprise moyenne comme Sprung, les fourrures viennent du monde entier, la production est en grande partie délocalisée et la clientèle est internationale.

- Chez Sprung les peaux viennent en partie de France (La Rochelle et la Bretagne pour le vison, le sud de la France pour l'agneau) mais aussi de Scandinavie (vison, renard), de Russie (zibeline, astrakan), d'Amérique du Nord (vison, marmotte, rat musqué), d'Amérique du Sud (renard), de Nouvelle-Zélande (mouton) etc. De même la Chine devient un fournisseur important au fur et à mesure que ses producteurs s'adaptent aux règles de la convention de Washington. Les fourrures sont achetées aux enchères. Comme les autres fourreurs, Sprung passe par des commissionnaires. L'achat se fait « à la peau » pour le vison et le renard, ou « au pied » pour le mouton et le cuir d'agneau. Les prix sont régis par les cours mondiaux. À l'instar des autres matières premières, ils connaissent des variations liées aux conjonctures régionales ou mondiales.
- Si les collections Sprung sont créées à Paris, les productions en séries sont délocalisées en Pologne, en Bulgarie ou en Chine. Dans les ateliers du faubourg Poissonnière, ne sont produites que des pièces complexes ou sophis-

tiquées : prototypes, articles haut de gamme ou petites séries.

- Les produits Sprung sont commercialisés pour moitié en France et pour moitié à l'étranger. Les clients français sont les Grands magasins parisiens, des boutiques de luxe et des clients multimarques comme Leclaireur. À l'exportation, les clients sont coréens, japonais, italiens ou encore issus des pays du nord de l'Europe. L'exportation joue un rôle essentiel, elle est aujourd'hui le vecteur principal du développement de la marque.

### Une production très qualitative

Le faubourg Poissonnière reste un haut lieu de la fourrure parisienne et française. Certes l'activité a baissé par rapport aux années 1960-1970 et au début des années 1980 (grande époque du faubourg pour la production de fourrures). Les nuisances dont se plaignaient les riverains ont disparu par la même occasion, comme ces camions porte-conteneurs qui bloquaient les rues pour décharger leur marchandise.

Aujourd'hui les ateliers ont une production beaucoup plus qualitative qui a perdu son caractère industriel. Le circuit de fabrication commence par la réception des peaux. L'entreprise Sprung les donne à traiter à un apprêteur installé près de Paris<sup>3</sup>, étape capitale qui consiste à assouplir les peaux, les éjarrer (enlever les poils durs), les lustrer et les teindre. Ensuite la fabrication proprement dite est souvent confiée à des façonniers du faubourg.

La concurrence est très forte dans ce secteur, aussi seule l'innovation permet aux maisons de fourrure de tirer leur épingle du jeu :

- le bureau de style Sprung a donc cherché à créer des articles qui sortent de l'ordinaire sans apparaître trop en avance sur la mode. L'idée est de marier les contraires : jeune et classique à la fois, haut de gamme et décontracté... ;
- les matériaux évoluent, c'est-à-dire les peaux elles-mêmes. Sprung travaille le vison éjarré pour en faire des peaux en-

tièrement réversibles, à l'imitation d'un procédé que les Canadiens utilisaient à l'origine sur les peaux de castor. Autre exemple : les chercheurs de l'Institut national de la recherche agronomique (INRA) ont développé une race de lapin au poil particulièrement doux qui est un substitut avantageux à la fourrure de chinchilla. Ces innovations tentent aussi de combiner élevage et éthique, en procurant aux animaux des conditions de vie privilégiées ;

- le modèle de vente a mûri lui aussi. Les fourrures ne sont pas vendues à coups de promotions alléchantes. La vitrine Internet est privilégiée comme porte-drapeau de la marque.

Les peaux sont un matériau dégradable et durable, utilisé de la queue jusqu'aux pattes sans perte ni déchet. Leur production a donc un caractère durable d'autant plus que les client(e)s conservent longtemps leur manteau de fourrure et le font retoucher ou transformer pour suivre la mode.

## La Goutte d'Or

Labellisé « Pôle Territorial de Coopération Économique » (PTCE) en 2013, le pôle **Les Gouttes d'Or de la mode et du design** anime un réseau de créateurs-artisans du quartier. Il a pour mission de mutualiser et d'améliorer les services proposés par ses adhérents et de promouvoir des actions collectives en faveur de leur développement économique, de leur compétitivité, de leur notoriété territoriale. Il veille également au développement d'une économie sociale et solidaire. Ses adhérents proposent des formations (gratuites ou peu onéreuses) aux habitants du quartier et sont en même temps une source d'emploi.

Le pôle est composé de deux entités complémentaires :

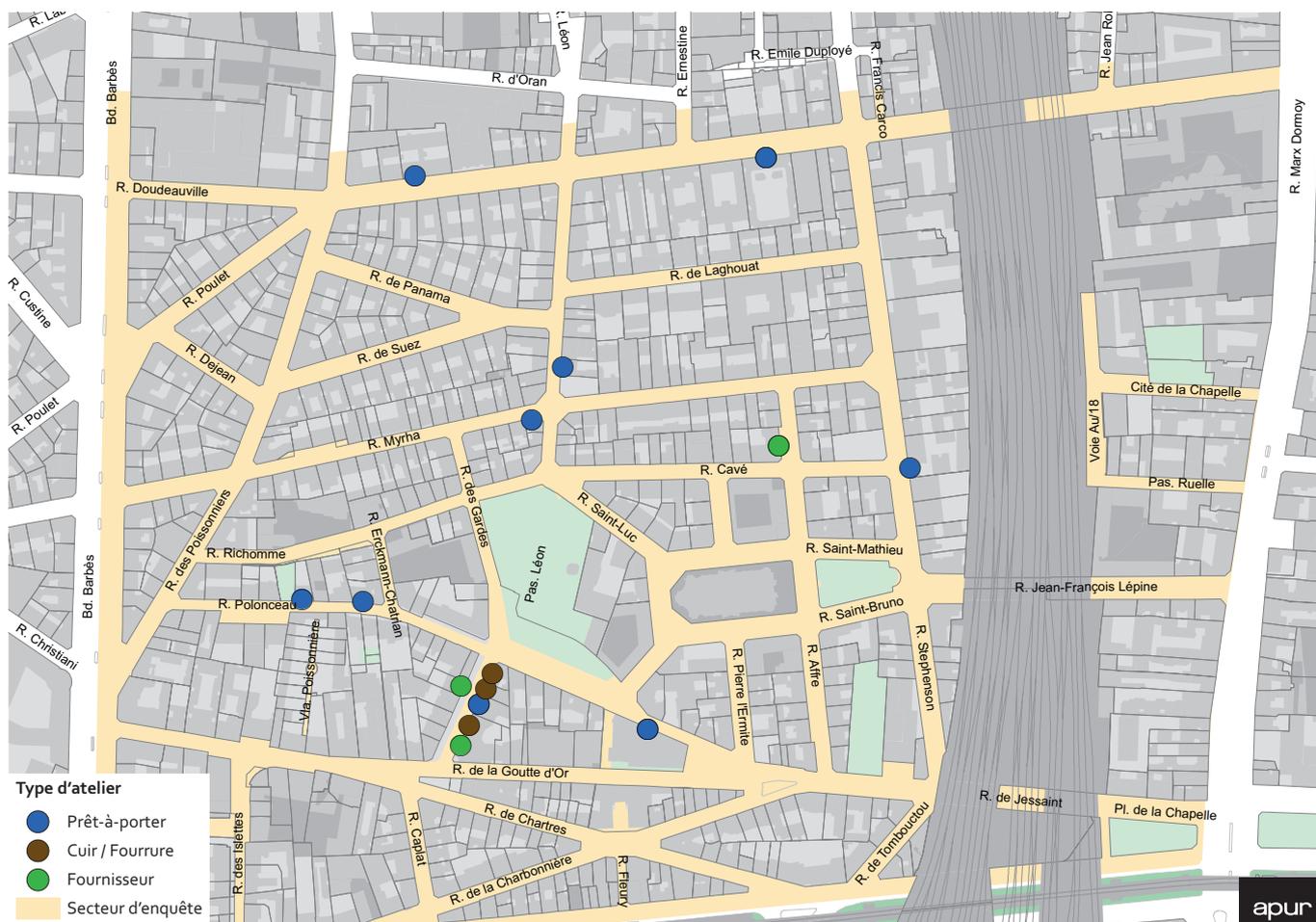
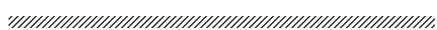
- l'Association de professionnels de la mode et du design de la Goutte d'Or,

compte 26 artisans, créateurs et designers adhérents dont 17 appartenant au secteur du textile et de la mode ;

- la coopérative « **La Fabrique de la Goutte d'Or** », outil de production collaboratif, propose une offre de services pour accompagner des créateurs, des designers, des marques et même des centrales d'achat dans le développement de leurs collections et/ou de leurs produits : mise à disposition d'un bureau de style pour la conception, aide à la mise au point technique des modèles, services de sous-traitance couture (des façonniers haut de gamme et luxe (chaîne et trame), accès à des ateliers pour travailler conjointement avec des professionnels.

Des programmes partenariaux peuvent aussi être établis pour travailler de ma-

## LES ATELIERS DE FABRICATION – SECTEUR GOUTTE D'OR



nière équitable et responsable avec des fournisseurs et des artisans domiciliés dans plusieurs pays africains.

Le siège du pôle, situé au 7 de la rue de Gardes, est mis à disposition pour la réalisation d'expositions itinérantes. Il est aussi utilisé comme salle de réunion professionnelle et comme un showroom pour améliorer la visibilité des créateurs/artisans.

Depuis 1984, la Goutte d'Or figure parmi les quartiers de la politique de la ville en raison de la pauvreté de sa population et de la dégradation d'une partie du bâti ancien. Il relève aujourd'hui du programme de rénovation urbaine (NPNRU) au titre de « quartier d'intérêt régional ». Les pouvoirs publics se sont mobilisés pour l'amélioration de la qualité de vie avec un triple objectif : encourager la cohésion sociale, améliorer le cadre de vie et promouvoir le développement urbain et enfin promouvoir le développement de l'activité économique et de l'emploi.

La mode participe du renouvellement du cadre de vie de ce quartier à travers la création d'emplois et de TPE (très petites entreprises), le développement du commerce de proximité et de l'artisanat ainsi que l'installation de nouvelles activités avec le soutien de la Ville de Paris, de la Région Ile-de-France et de plusieurs services de l'État.

### 23 ateliers répertoriés

Des 23 ateliers répertoriés, 11 appartiennent à des jeunes créateurs et 3 fonctionnent comme des associations/ateliers école.

La rue de Gardes, appelée aussi « rue de la mode » est située au cœur du quartier. Elle a pour origine un partenariat entre la Ville de Paris et Paris Habitat-OPH visant à créer un pôle d'activité spécifique. Grâce à des prix de location attractifs, des jeunes créateurs de la mode et du design s'y sont installés. En moins de dix ans, ont émergé des associations,

des ateliers école, des boutiques, des showrooms. La dynamique qui s'y développe peut devenir un tremplin économique et artistique pour les jeunes entrepreneurs qui s'y installent.

La Goutte d'Or apparaît aussi comme l'expérimentation d'un nouveau modèle de développement centré sur l'économie solidaire. Le quartier rompt avec les formes conventionnelles de fabrication tout en travaillant en réseau avec des créateurs, des jeunes intéressés par les métiers de l'artisanat et de la mode et aussi avec les habitants du quartier, par exemple l'atelier école Maurice Arnoult, mené par des jeunes et des compagnons du devoir bénévoles, l'école de la Maille ou la créatrice de mode Sakina M'Sa.

**Sakina M'Sa** est née aux Comores avant de venir lancer sa création en banlieue parisienne puis intra-muros. Elle est lauréate de plusieurs prix : le Grand Prix de la Création de la Ville de Paris, le prix de la fondation Kering pour la dignité des femmes. Elle fonde l'Atelier TREVO, reconnu comme Entreprise d'Insertion par l'activité Économique, agréée par le Conseil Départemental de l'Insertion par l'Activité Économique de Paris. Cet atelier solidaire offre aux femmes éloignées de l'emploi une voie vers l'insertion. Grâce à une formation à la couture de haute qualité, un accompagnement social et une ouverture culturelle, ces femmes ont l'espoir de trouver un emploi.

Les collections de Sakina font écho à ses valeurs : métissage de l'inspiration, valorisation du savoir-faire « made in France », utilisation de matières écologiques ou recyclées.

**L'Association Chaussettes Orphelines**, fondée par la franco brésilienne Marcia de Carvalho, illustre une démarche tendant à favoriser l'insertion sociale, économique et culturelle des femmes du quartier par le biais de la formation en techniques artisanales : tricot, crochet, broderie et patchwork. L'association se développe dans une optique environnementale : après de lon-

gues années de recherche sa fondatrice a mis au point un procédé de fabrication d'un fil élaboré à partir de chaussettes et de laines recyclées. Ce fil est la matière première employée par les adhérentes à l'association.

La vie du quartier est en même temps animée par des événements que le Pôle organise et auxquels il participe : des journées portes ouvertes, les journées européennes des métiers d'arts, des circuits ludiques pour découvrir les boutiques les ateliers et les créateurs... Dans ce contexte, le « **fabriqué à la Goutte d'Or** » est un label émergent qui vise à promouvoir le territoire de la Goutte d'Or ainsi que le made in Paris.



Rue des Gardes (18<sup>e</sup>)

# 3.

## La Haute Couture, secteur d'innovation permanente

L'appellation « Haute Couture »<sup>4</sup> date de 1945. C'est une appellation juridiquement protégée dont ne peuvent se prévaloir que les entreprises figurant sur une liste établie chaque année par une commission siégeant au ministère de l'industrie et qui fait l'objet d'une décision ministérielle. L'appellation « Haute Couture » date d'un décret de 1945, pour permettre à ce secteur d'activité fortement exportateur d'avoir accès aux matières premières dans une économie alors soumise au rationnement et de bénéficier

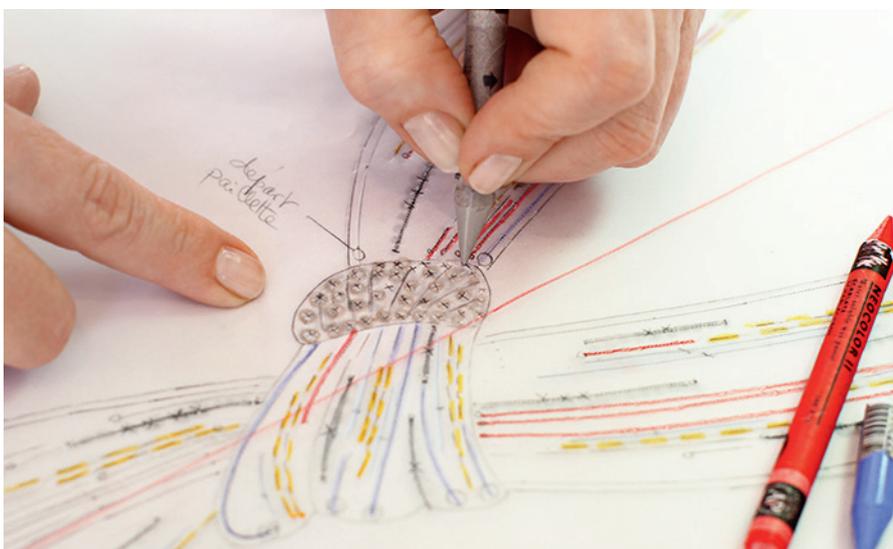
de certaines souplesses par rapport à la réglementation sur les prix. L'appellation « Haute Couture » a été maintenue après la fin du rationnement et la libéralisation des prix pour distinguer les défilés de la semaine de la haute couture, qui ont lieu à Paris deux fois par an. Le label « Haute Couture » est une appellation juridiquement protégée, accordé par décision du ministre en charge de l'industrie, sur proposition d'une commission de classement animée par la Chambre syndicale de la couture.

### La mobilisation d'un vaste réseau d'ateliers

Un très vaste réseau de lieux et de métiers de la fabrication est mobilisé à Paris et au-delà. Pour déterminer la logique de son fonctionnement et son maillage urbain, deux types d'agents peuvent être identifiés : le studio du créateur et les ateliers fournisseurs.

- Les studios de créateurs appartiennent aux Maisons. Ils sont équipés d'un atelier de couture et d'un showroom. Il s'y réalise tout le processus de développement, depuis les premiers croquis jusqu'à la mise au point des robes en passant par le prototypage, l'étude et la sélection des matières, les essayages. En 2015, on compte un peu plus d'une dizaine de studios de créateurs, ainsi répartis dans Paris : quatre dans le 8<sup>e</sup> arrondissement, trois dans le 1<sup>er</sup> arrondissement et respectivement un dans les 3<sup>e</sup>, 11<sup>e</sup>, 13<sup>e</sup>, 14<sup>e</sup> et 20<sup>e</sup> arrondissements.
- Les ateliers fournisseurs prennent en charge une partie de la fabrication d'un vêtement. Ils font appel à la sous-traitance pour plusieurs Maisons, travaillent pour des créateurs indépendants et répondent à des commandes venant de l'international (dont les États-Unis et le Royaume

4 – Précisions dans l'annexe 5.



Maison Lesage – Paraffection (Pantin)

© Delphine Achard

Uni). Ces ateliers ont généralement un bureau d'études où des échantillons sont préparés à la demande des créateurs, pour leurs expérimentations ou pour inspirer leurs collections.

Plus de 17 types de savoir-faire ont été répertoriés dans ces ateliers, parmi lesquels : broderie, tailleur, flou, confection, plumassier, modiste, corsetier, parurerie, bijoutier, perruquier, plisseur, costumier, vêtements en cuir, fourrure, chaussure, maroquinerie. Ces spécialités correspondent au secteur de l'habillement, mais il arrive parfois que les couturiers empruntent des techniques à d'autres secteurs, comme ceux de l'aéronautique, de la métallurgie, de la chimie, de la verrerie... En conséquence le maillage urbain de ces ateliers est complexe à répertorier et à classifier. En outre, il arrive souvent que des artisans d'art travaillent à domicile, ce qui rend leur localisation plus difficile.

Paris reste le principal lieu d'action et d'interactions entre les acteurs et les phases de production. C'est au fil des allers-retours entre le bureau du créateur et les ateliers fournisseurs que se réalise une collection de Haute Couture. Ils doivent conserver une proximité territoriale d'une part parce qu'il existe un besoin d'échange entre fournisseurs et créateurs pour l'assemblage de pièces (ce qui ne peut pas se faire évidemment avec internet) et d'autre part, du fait des exigences et des dynamiques du marché de la couture. Cette proximité entre les différents locaux est nécessaire pour répondre à la demande dans les temps requis (ce qui renvoie à la même logique que celle observée dans le Sentier). Le délai est primordial pour la confection d'un vêtement (qui oscille pour une robe entre 100 et plus de 300 heures de travail) et pour la production d'une collection (entre 4 et 8 mois) de façon à ce que la Maison soit au rendez-vous



Maison Guillet, Paraffection (Pantin)



Maison Lemarié – Paraffection (Pantin)

des événements de l'année (répertoriés et décrits dans l'étude « La mode et le design à Paris – Métiers, événements, lieux », Apur, janvier 2016).

Présenter une collection de Haute Couture représente un coût élevé, souvent au-delà de cent mille euros pour un défilé, pour un marché mondial du luxe assez restreint. Il existe peu de Maisons, telles que celle de Franck Sorbier par exemple, qui choisissent de se consacrer exclusivement à la Haute Couture. Afin de résister économiquement et de tirer parti du prestige apporté par la Haute Couture, l'activité commerciale des Maisons est souvent diversifiée et complétée par la cosmétique, la bijouterie et le prêt-à-porter haut de gamme.

L'écosystème de la Haute Couture est en renouvellement constant, avec la conception de nouvelles formes, l'exploration, l'usage et les mélanges inédits de matières. Il est également lié au développement de nouvelles techniques de production, souvent en corrélation avec des techniques plus traditionnelles, voire anciennes. Cela fait de la Haute Couture, outre son importance économique et son marché de l'emploi, un secteur d'innovation permanente et un secteur incontournable pour la valorisation et la préservation d'un patrimoine matériel et immatériel propre à la culture française.



© Apur

Atelier Fauvel – Chaussure – Haut de gamme, jeune création (14<sup>e</sup>)



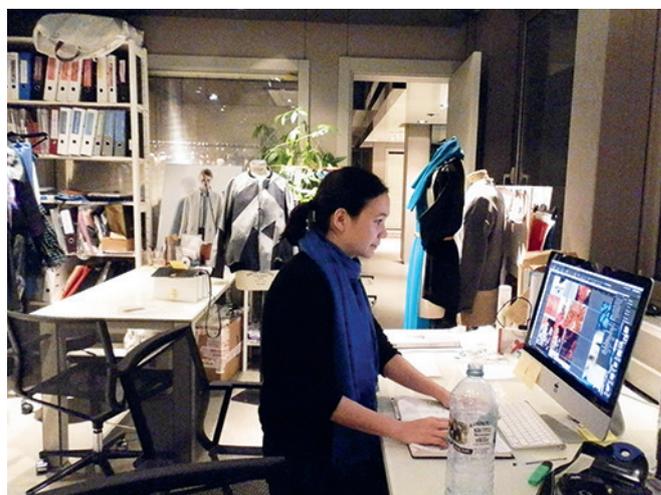
© Apur

Serkan Cura – Haute Couture (3<sup>e</sup>)



© Apur

Atelier Mazarine – Prêt-à-porter – Ateliers de Paris (11<sup>e</sup>)



© Apur

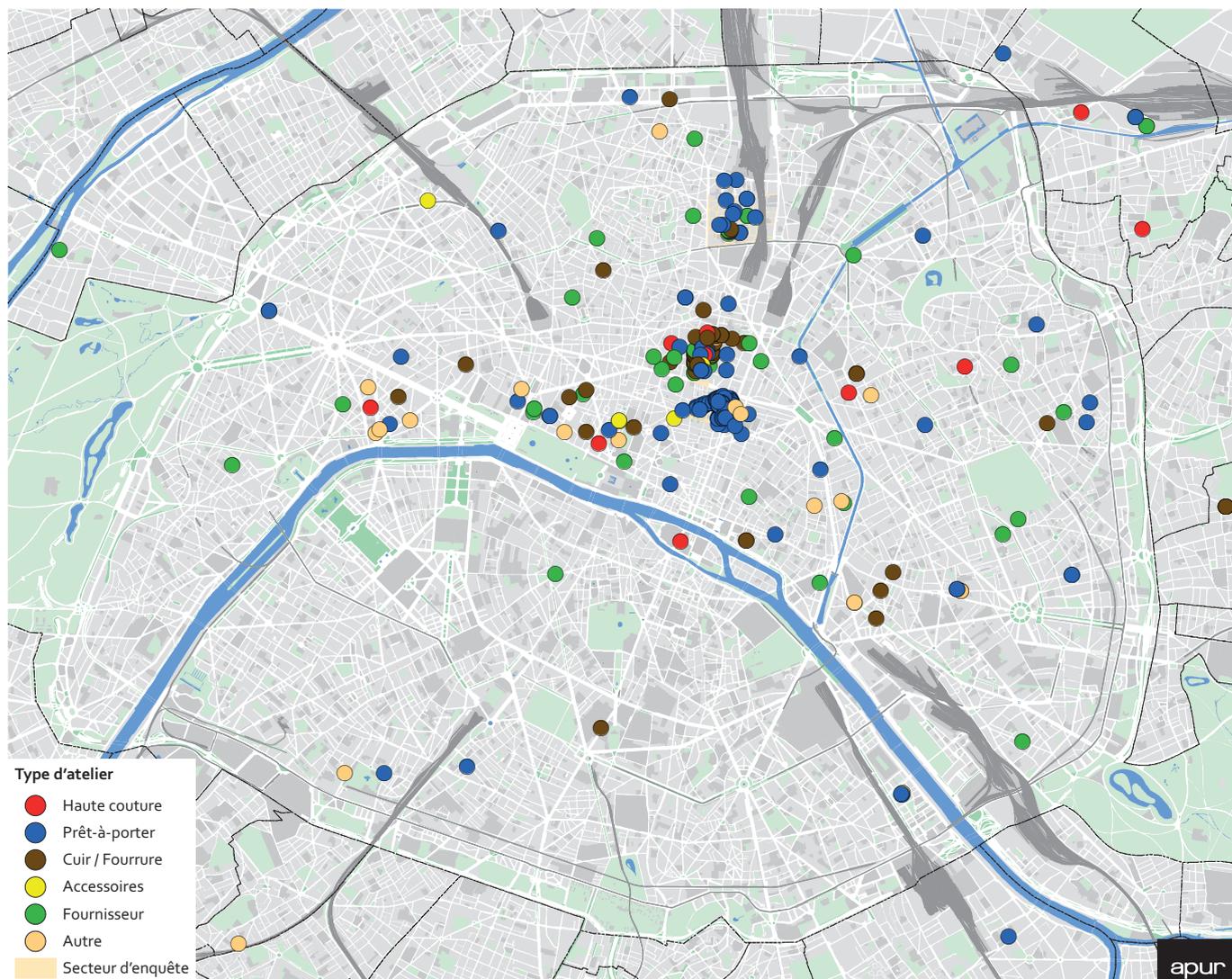
Atelier Christine Phung – Créatrice de mode (8<sup>e</sup>)

## Repères territoriaux

Dans le secteur de la Haute Couture, différents secteurs d'activité interagissent : création, fabrication artisanale et sur-mesure, ainsi que commerce de luxe. Chaque partie du territoire a une activité plus ou moins spécifique : l'ouest parisien pour la création et le commerce (les 1<sup>er</sup>, 7<sup>e</sup>, 8<sup>e</sup> et 16<sup>e</sup> arrondis-

sements) ; le centre-nord et la banlieue pour la fabrication. Il est à noter que le centre-est est plutôt privilégié par la jeune création (les 9<sup>e</sup>, 10<sup>e</sup> et 20<sup>e</sup> arrondissements ainsi que Pantin et Aubervilliers).

### L'ÉCOSYSTÈME DE LA HAUTE COUTURE ET DE LA MODE DE LUXE : STUDIOS, ATELIERS FOURNISSEURS, PRÊT-À-PORTER, COMMERCE DE LUXE



# 4. | Les initiatives de soutien à la filière

Différentes actions sont mises en œuvre, tant de la part du secteur privé que du secteur public.

## Les Maisons de couture, également, protègent leur écosystème

Dans le secteur privé, de grandes Maisons de Couture ont acheté leurs ateliers fournisseurs pour sauvegarder des savoir-faire essentiels à leur production. C'est aussi un moyen pour elles de se développer et d'innover de manière indépendante.

Un bon exemple est celui de la Maison Chanel qui depuis les années 1980 rachète des ateliers de savoir-faire. Ce processus s'accélère après la création de Paraffection en 2002, filiale de Chanel fondée à cet effet. Chanel a acquis

12 ateliers fournisseurs : Desrues (parurier), Lemarié (plumassier), Michel (modiste), Lesage (brodeur), Massaro (bottier), Goossens (bijoutier), Montex (brodeur), Causse (gantier), Barrie (fabricant de cachemire), Bodin Joyeux (mégissier), Lognon (plisseur) et Palma (flou).

De même la maison Dior a acquis en 2012 l'entreprise de broderie Vermont dans le même souci de préservation du savoir-faire mais également pour la valorisation de la marque.



Maison Lesage – Paraffection (Pantin)



Maison Lemarié – Paraffection (Pantin)



Maison Guillet – Paraffection (Pantin)

## La Municipalité propose des locaux et des services

La Mairie de Paris a également pris place parmi les acteurs importants de la filière en développant de nouvelles structures d'accompagnement pour la création d'entreprises, en particulier les Ateliers de Paris.

Lieu dédié à la promotion et au développement des métiers de création - mode, design et artisanat d'art - les **Ateliers de Paris** offrent un espace d'exposition et d'incubation pour l'accompagnement des entreprises de ces trois secteurs. Ils proposent également des conseils et des formations sur la gestion, le droit, le marketing. Ouvertes à tous les entrepreneurs immatriculés, ces formations ont été suivies par plus de 600 professionnels en 2016.

Parmi d'autres services proposés par les Ateliers de Paris, il faut souligner la mise à disposition du logiciel Lectra. La municipalité s'acquitte d'une redevance annuelle pour permettre aux entrepreneurs émergents de l'utiliser à un coût moindre. Ce logiciel combine des outils de modélisme innovant - gradation numérique et technologie 3D - ce qui permet d'optimiser le temps et le coût de développement d'une collection et de réaliser un patronage précis.

Les Ateliers de Paris sont installés sur 3 sites : le premier est situé au 30, rue du faubourg Saint-Antoine dans le 12<sup>e</sup> arrondissement, Les **Ateliers Paris design** se trouvent au 28, rue Faidherbe dans le 11<sup>e</sup>. Le 3<sup>e</sup>, dénommé la **Pépinière du Viaduc des arts**, se situe au 23, avenue Daumesnil dans le 12<sup>e</sup> arrondissement.

L'appel à candidatures est ouvert en fonction de la disponibilité des places, en général une fois par an. Les entreprises sont accueillies pendant une période de deux ans. Sont actuellement en résidence dans les secteurs de la mode et de l'accessoire : Atelier Bartavelle

(prêt-à-porter féminin), Coltesse (prêt-à-porter masculin), Mazarine (prêt-à-porter féminin), Julien Vermeulen (Plumassier), Coralie Marabelle (prêt-à-porter féminin) ainsi que des designers textile (le duo Lily Alcaraz et Léa Berlier, Rose Morand, Aurélia Leblanc, Marthe 'Oh, Sophie Harand...). On note également la présence de Maëlle De La Forge créatrice de bijoux et de Garçonne et Chérubin, créateurs de chaussures.

Un autre aspect du soutien de la Ville de Paris concerne l'immobilier d'entreprise avec la mise à disposition de locaux au profit de l'artisanat d'art notamment dans les 11<sup>e</sup>, 12<sup>e</sup> 13<sup>e</sup> et 18<sup>e</sup> arrondissements, avec le concours de la Semaest, de Paris Habitat et de la RIVP.

Les Ateliers de Paris assurent une forme de suivi des professionnels des métiers de création en les aidant dans leurs recherches de locaux. Ils ont également un rôle d'animation de la filière permettant aux entrepreneurs de se rencontrer, de rompre l'isolement et parfois de collaborer.

Par ailleurs dans le cadre du concours Réinventer Paris, la Ville de Paris a choisi d'installer à l'Hôtel Coulanges un projet dédié à la création, la promotion et la distribution de la mode parisienne. Enfin à partir de 2018, une nouvelle pépinière Mode verra le jour dans le 10<sup>e</sup> arrondissement, au sein de locaux de la Ville de Paris gérés par la RIVP, à la caserne Château Landon.



Atelier de Paris – 30, rue du fg Saint-Antoine (12<sup>e</sup>)

## Apparition de nouveaux acteurs

Depuis 2011, de nouvelles structures viennent renforcer le soutien à cet écosystème de la mode parisienne : le dispositif Au-delà du Cuir, la plateforme de conseil et de production Made-in-Town ou encore la boutique des créateurs L'Exception. Tous concourent à la préservation des savoir-faire, pour la création, la fabrication et la distribution de la mode française à Paris.

- Le dispositif **Au-delà du Cuir** (fondé en 2012 par le Conseil National du Cuir et la Fédération Française de la Chaussure) promeut et accompagne l'émergence de nouveaux entrepreneurs/créateurs travaillant avec du cuir français et de la main-d'œuvre française. Les actions de cet incubateur se centrent sur trois axes : d'abord une aide financière, à la production, à la commercialisation sur les salons et au développement de leur communication ; ensuite des formations et des conseils d'expert métier ; enfin, la mise à disposition d'un showroom et une salle de réunion au cœur du 3<sup>e</sup> arrondissement.

- La plateforme de conseil et de production **Made-in-Town**, fondée par Pascal Gautrand, centralise quant à elle un vaste réseau d'artisans et de fabricants aux savoir-faire reconnus. Made-in-Town participe à l'amélioration du lien entre public et producteurs en mettant en valeur l'artisanat et l'industrie. Leur expertise se développe sur cinq champs d'action : accompagnement et conseil aux producteurs, marques et institutions dans leur développement stratégique ; édition de contenu éditorial ; réalisation de vidéos-documentaires ; communication digitale ; événements et expositions. Le siège-showroom de Made-in-Town se situe dans le 3<sup>e</sup> arrondissement, dans un local géré par la Semaest.

- La boutique **L'Exception**, fondé en 2011 par Régis Pennel, est spécialisée dans le commerce en ligne du prêt-à-porter haut de gamme de créateurs français. En très peu de temps, elle s'est positionnée comme un acteur fondamental de la filière de la mode en offrant aux créateurs une plateforme internationale pour la commercialisation de leurs collections. En avril 2015, une première boutique a ouvert ses portes aux Halles, dans le 1<sup>er</sup> arrondissement grâce au soutien de la Mairie de Paris et de la Fédération Française du prêt-à-porter. Avec plus de 300 m<sup>2</sup> de surface, celle-ci constitue un carrefour du commerce de la mode française à Paris.



Showroom Made in Town



Showroom Made in Town



© Gaillarde Deslandes

Institut Français de la Mode (13<sup>e</sup>)

# 5.

# Le défi de l'innovation

## La Fashion Tech, dynamique d'avenir

À partir d'un entretien avec Madame Chantal FOUQUE, directrice de La Fabrique, l'École des métiers de la mode et de la décoration.

La Fashion Tech, ce sont à la fois des nanotechnologies, de nouvelles fibres, de nouveaux tissus, de nouvelles applications sur smartphone... Pour y voir clair, trois domaines ont été distingués : la fibre et la matière, la fabrication, le magasin.

Les recherches sur les fibres sont nombreuses, elles vont de recherches sur de nouvelles matières à l'intégration de fils piézoélectriques intégrés au tissu. Ainsi l'intégration d'électronique dans le vêtement peut permettre de rendre le vêtement autonome et/ou intelligent. Il existe par exemple des réalisations très intéressantes dans le médical, avec le tee-shirt de Bioserenity qui détecte l'épilepsie. D'autres produits aident à l'amélioration des performances des athlètes en détectant la transpiration et en lisant des données biométriques. Le vêtement connecté n'est nullement un gadget et les initiatives se multiplient, surtout du côté des grandes enseignes : Eram imprime des talons de chaussure en 3D (plusieurs talons adaptables à une paire de chaussure); Google a conçu avec Levis une veste en jean connectée qui permet d'ouvrir son smartphone, de changer de musique... Google à cette occasion a développé des fibres connectées lavables.

Concernant la fibre, si l'on se penche sur cette statistique (30 % des achats textiles ne sont jamais portés) il existe

donc une vraie opportunité concernant le recyclage. Des progrès sont en cours pour mieux recycler les vêtements usagés, de mieux exploiter les matériaux et de réduire l'empreinte carbone. Depuis déjà trois décennies, des vêtements en fibre polaire sont fabriqués à partir de plastiques recyclés, et plus récemment des robes à partir de poudres de lait.

La fabrication est en cours de bouleversement avec la création 3D et la fabrication additive.

- La création 3D, grâce aux nouveaux logiciels de CAO, donne une vision en trois dimensions proche de la réalité sans passer par le prototypage. Différentes équipes y travaillent parmi lesquelles Lectra, entreprise française leader mondial des solutions technologiques intégrées (découpe, conception et développement); une équipe de recherche de l'INRIA Grenoble Rhône-Alpes; enfin celle mise en place par Dassault Systèmes, qui, en lien avec le couturier Julien Fournié, a créé la plate-forme 3DEXPERIENCE.
- La fabrication additive met en œuvre des procédés assistés par ordinateur qui permettent d'ajouter des matières dans le vêtement. Le spécialiste français des imprimantes 3D Prod Ways travaille avec de nombreux acteurs du secteur en fabrication additive. Autre exemple: une startup qui travaille de la 3D céramique pour la lingerie, est intégrée au sein de Look Forward, incubateur de Showroom privé.

Concernant l'innovation en magasin, les applis sur smartphone se multi-



© Apur



© Apur

plient. Elles servent par exemple à signaler des soldes, à donner des infos précises sur les produits. Déjà des miroirs intelligents sont capables de reconnaître la taille et autres caractéristiques des articles apportés par le client dans la cabine d'essayage. Citons encore l'appli Askana qui permet d'envoyer des images depuis la cabine d'essayage pour prendre des avis et conseils. Par ailleurs, l'utilisation de tout ce qui est big Data, Réalité virtuelle ou intelligence artificielle va révolutionner la distribution

Aujourd'hui et plus encore demain, les vêtements et accessoires se veulent connectés, interactifs et intelligents, dans leur production (modélisation

et prototypage en 3D, textiles techniques...) comme dans leur relation au consommateur (distribution, visualisation, économie collaborative...). Devenant des services tout autant que des produits, ces objets sortent du secteur réservé des façonniers pour embrasser d'autres expertises. Pour être constamment connectés, les textiles doivent pouvoir produire leur propre énergie. Aussi leur fabrication devra-t-elle associer des professionnels de différents secteurs (électronique, santé...), cela sans même évoquer les compétences « big data » qui seront nécessaires pour collecter, analyser et exploiter l'ensemble des données inédites que généreront les vêtements.

## Promotion et développement

L'appel à projet innovant « Réinventer Paris » initié par la Municipalité a fait émerger un projet porteur d'avenir pour la mode parisienne, celui d'un « Hub de la mode » qui prendra place en 2019 dans l'hôtel de Coulanges, magnifique hôtel particulier du XVII<sup>e</sup> siècle. Le projet prévoit des espaces de showroom, des ateliers et des espaces de travail partagés ouverts 24 heures sur 24. Il accueillera les défilés de la « Fashion Week » parisienne et ceux des écoles de mode<sup>5</sup>.

Appelé à devenir un lieu majeur de la mode innovante, ce nouvel espace viendra s'insérer dans le paysage déjà dense des lieux de la Fashion Tech à Paris.

### Incubateurs, tiers-lieux

- Dès son ouverture, l'incubateur géant Station F a réservé 80 espaces de travail aux startups incubées sous l'égide du groupe Venteprivée.com. Celles-ci profiteront de 9 mois d'accompagnement aux côtés d'une équipe du groupe. Station F accueille aussi ADN\_x IFM, un programme de formation d'un an dédié aux jeunes entrepre-

neurs de mode dans les industries créatives ;

- Look Forward est une plateforme d'innovation créée par le groupe Showroom privé.com qui intervient dans le monde de la mode et du retail. Son incubateur situé dans la Plaine Saint-Denis accueille une dizaine de startups, chacune pour une durée d'un an. Elles y sont conseillées et guidées par les équipes de showroomprivé.com sur le plan juridique, comptable mais aussi stratégique, financier et opérationnel. Dans l'esprit des dirigeants de l'entreprise<sup>6</sup>, ce fort soutien à l'innovation doit contribuer « à bousculer la façon de distribuer, consommer et produire la mode » ;
- Hall Couture est un atelier partagé et un espace de co-working dédié à la création de mode innovante et responsable. Situé à Paris dans le 11<sup>e</sup> arrondissement, le local de 70 m<sup>2</sup> est ouvert aux jeunes créateurs. Il est équipé de piqueuses plates professionnelles, d'une surjeteuse industrielle, d'une presse, d'une table à digitaliser Lectra et d'une imprimante 3D Makerbot Replicator 2.

5 — Ce projet lauréat était proposé par le collectif Coulanges - Mode création & design porté par Patrick Hazan, à la tête des marques de prêt-à-porter Georges Rech et d'Apostrophe, accompagné par Beacon Capital Partners France et par les cabinets d'architectes François Chatillon et Sahuc & Katchoura.

6 — Entretien avec Coline Rivière, Showroom privé.net. 21/04/2017.

## Manifestations, réseaux

Le secteur de la mode comprend des grandes entreprises mais aussi des milliers de TPE-PME, fabricants, créateurs ou vendeurs. La plupart sont trop petites pour se tenir informées des innovations qui pourraient stimuler leur développement. D'où la nécessité de développer la promotion de l'innovation auprès des professionnels et de mettre à leur disposition une « veille secteur » qui les renseigne sur les expériences et les produits innovants.

- La Fashion Tech Week est une manifestation majeure pour la promotion de l'innovation dans la mode. Cette manifestation parisienne a lieu chaque année au mois d'octobre. La 1<sup>re</sup> édition remonte à 2013 à l'initiative d'Alice GRAS, fondatrice de Hall Couture, en collaboration avec Maud ÉTIENNE, responsable de projet au NUMA. Depuis, de nombreux acteurs clés du secteur se sont ralliés à la manifestation. Ils sont industriels de la mode, créateurs, entrepreneurs, startupper, développeurs, ingénieurs informatiques. L'ambition qui les anime est de renforcer les liens entre mode et technologies et de faire émerger de nouvelles coopérations. La Fashion Tech Week, tremplin pour nombre de projets innovants, donne à voir un défilé de vêtements que l'on portera demain : Wearables, IoT, vêtements connectés, retail augmenté, impression 3D, matières textiles innovantes...
- La Fashion Tech Festival est un autre rendez-vous important de la mode innovante. Celui-ci est coproduit par la pépinière de mode Look Forward et la Gaité lyrique. Il se déroule au début de l'été à la Gaité lyrique avec l'objectif de mettre en lumière les initiatives les plus remarquables venant des startups et des marques de mode. Fashion tech Festival (FTF) est un événement international qui regroupe des designers de mode, ingénieurs, startups, et compagnies du secteur des technologies investis dans le développement

des vêtements du futur et des accessoires intelligents.

- Des médias privés placés au cœur de la Fashion Tech diffusent une masse d'informations et font connaître les initiatives. C'est le cas de Modelab, créé par Fabrice Jonas, qui tient à jour un annuaire des startups du secteur.
- Le R3iLab (Réseau innovation immatérielle pour l'industrie) regroupe des chefs d'entreprises du textile, de la mode et des industries créatives qui partagent l'objectif de promouvoir l'innovation, notamment immatérielle, dans l'industrie. Ce mouvement piloté par des industriels pour des industriels bénéficie du soutien de l'État. Il anime et organise des actions destinées à soutenir l'innovation au sein des entreprises. Ses projets sont ouverts aux entreprises volontaires et qui souhaitent bénéficier d'une collaboration resserée avec les autres membres du réseau.

## Observatoires

- We Wear Culture, site web lié à la mode installé par Google.
- Publié par La Fabrique, école de mode de la CCI de Paris, un observatoire de la Fashion Tech s'est créé dès la fin de l'année 2015. Il porte un regard sur les tendances technologiques de la mode et de la décoration. Tous les trois mois, il présente une innovation technique et le point de vue d'un industriel sur celle-ci, complétée par la mise en perspective d'un expert. Avec ce triple regard sur le secteur, La Fabrique veut donner à voir et à réfléchir sur la Fashion Tech et la stimuler.
- Le Défi Mode., organisation aux avant-postes du soutien aux entreprises de la mode et de l'habillement<sup>7</sup>, a ouvert en 2017 un blog spécialisé. Les articles en ligne alternent les interviews d'entrepreneurs innovants et des réflexions plus générales, par exemple sur la place à réserver aux pratiques traditionnelles dans la Fashion Tech.



Hall couture, jeune création (2<sup>e</sup>)

**7** — Le Défi, qui a pour dénomination officielle « Comité de Développement et de Promotion de l'Habillement » est une organisation légère (8 salariés) instituée par un décret du Ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie du 20 décembre 2000. Elle a pour mission de soutenir le monde de la mode, la création et son écosystème, préserver le savoir-faire et renforcer le rayonnement international de l'habillement français. Grâce à une taxe payée par les 3 500 entreprises du secteur, le DEFI dispose d'un budget de 9,5 millions d'euros qu'il investit pour soutenir les créateurs de mode, encourager l'innovation technologique et immatérielle, assurer une veille de marché et contribuer à l'internationalisation de la mode française.

Les grandes missions de Défi sont :

- Aide à la jeune création (aide à la création des entreprises, reconnaissance commerciale), financement de défilés, de Designers Apartment (présente aux acheteurs du monde entier l'avant-garde créative parisienne), mise en place d'un fonds de garantie, coaching de marques prometteuses...
- Valorisation de l'image de la France et de Paris à l'étranger. Financement des centres de presse pendant les fashion weeks...
- Préservation et valorisation des savoir-faire. Financement de la Maison des Savoir-Faire, cette plateforme recense tous les façonniers français avec leurs spécificités. Elle permet de mettre en relation les marques/créateurs et les façonniers. Financement de formations, et accompagnement des façonniers pour être présents sur des grands salons tels que Made in France et Première Vision Manufacturing...
- Soutien à l'innovation, mise en place d'une veille thématique, étude sur les 11 technologies clés pour l'habillement, soutien à des Fashion Tech Days, financement de startups fashion tech à Station F...



© Apur

## Changer la mode pour changer le climat

Si la mode doit innover, elle doit en même temps se confronter au défi de ne plus polluer. D'après Greenpeace, que ce soit pour colorer, imperméabiliser ou laver les vêtements, les usines utilisent des substances toxiques pour l'environnement et pour la santé<sup>8</sup>. Dans les pays de production, l'enjeu est de renforcer la législation et les contrôles tandis qu'en France et dans l'Union Européenne, le but est d'empêcher que les substances interdites à la production ne soient importées. En effet rien n'empêche d'importer de Chine ou du Bangladesh des vêtements qui contiennent des substances interdites à la production en Europe comme le nonylphénol (composés organiques synthétiques).

C'est toute une logique consumériste qui doit évoluer pour que la mode cesse d'être un vecteur d'épuisement des ressources de la planète et de dégradation de l'environnement. Acheter, porter, jeter : pourquoi ne pas plutôt réparer, transformer, recycler ? La mode commence à s'emparer de ces principes de l'économie circulaire.

Les salons consacrés à la mode écologique et responsable rencontrent un succès croissant. Selon une experte de la mode bio, Anne Dupuy<sup>9</sup>, « la mode bio n'a rien d'une mode passagère, c'est une lame de fond. La mode éthique existe depuis longtemps, elle est juste en train d'émerger à grande échelle ». En témoigne le salon Playtime dédié à l'univers des enfants avec une forte composante bio, qui s'est tenu au Parc Floral de Vincennes en janvier 2017 : 500 marques y étaient rassemblées alors que ce salon n'accueillait pas plus de 45 exposants lors de sa première édition en 2007.

Parallèlement les marques de mode sont nombreuses à se réunir au sein d'une association à but non lucratif, Eco Tlc (textile, linge, chaussures), qui a pour objet de favoriser la récupération et la valorisation des textiles, du linge de maison et des chaussures usagés. L'association œuvre à la prévention des déchets et à la préservation des ressources naturelles. La filière est incitée à mettre en place un cycle vertueux de production et de traitement avec l'objectif de limiter les déchets ultimes, voire de les supprimer.

À l'occasion de la COP21, une charte « Changer la Mode pour changer le Climat » a été signée le 8 décembre 2015 par les principaux acteurs du secteur ainsi que par la Ministre de l'écologie. Elle engage à des comportements qui inscrivent l'avenir de la mode dans le respect de la planète<sup>10</sup>.

### Initiatives parisiennes

À Paris la municipalité soutient le réseau de recycleries implanté sur son territoire et aide à son développement. Elle met à la disposition des parisiens des conteneurs à textiles sur la voie publique. Au sein du nouveau pôle de mode impulsé par la municipalité à la Goutte d'or, dans le 18<sup>e</sup> arrondissement, Sakin M'Sa participe à l'invention d'une mode écologique et sociale. Elle dirige une entreprise d'insertion qui crée des collections de vêtements à partir de tissus destinés à être jetés. La marque travaille à réduire son impact carbone en n'utilisant que des produits recyclés rachetés à des maisons de couture ou à des associations telles qu'Emmaüs ou le Secours Populaire.

**8** — « Les dessous toxiques de la mode, Greenpeace », 2012.

**9** — Anne Dupuy, Directrice artistique Mode et Textile de NATEXPO, salon professionnel des produits biologiques et écologiques.

**10** — Les 8 clauses de la Charte « Changer la Mode pour changer le Climat » signée le 8 décembre 2015 dans le cadre de la COP21 par les principaux acteurs du secteur et la Ministre de l'écologie, Ségolène Royal :

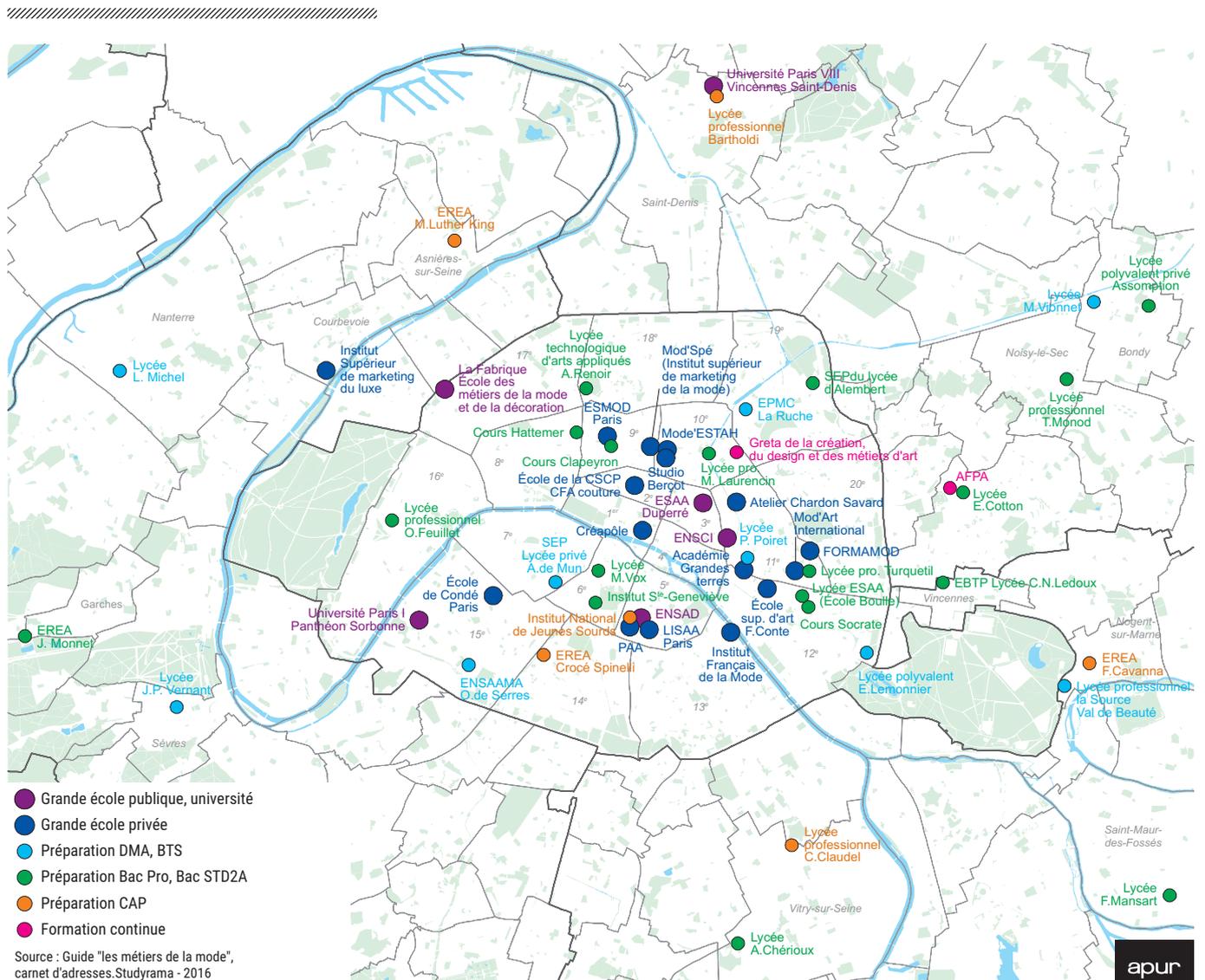
**I** : Concevoir autant que possible des vêtements faits pour durer et pour renaître/**II** : Utiliser au maximum des matières premières locales faiblement consommatrices d'eau, et de pesticides pour respecter la biodiversité/**III** : Favoriser les procédés de production économes en eau, en énergie tout en contrôlant les rejets dans l'eau, dans l'air et dans le sol/**IV** : Encourager des modes de distribution générant le moins de gaz à effet de serre (privilégier par exemple le transport fluvial et la fabrication locale)/ **V** : Informer le consommateur sur les méthodes d'entretien de ses vêtements et textiles de maison afin de contribuer à la lutte contre le réchauffement climatique (affichage environnemental, fréquence et température de lavage, mode de séchage, produits lessiviels)/ **VI** : Œuvrer au développement des filières de recyclage et proposer une nouvelle vie aux vêtements et textiles de maison/**VII** : Favoriser toute innovation textile permettant de réduire l'impact sur l'environnement des activités de production, de transport, de distribution et de consommation textile et habillement/**VIII** : Partager nos bonnes pratiques à l'international.

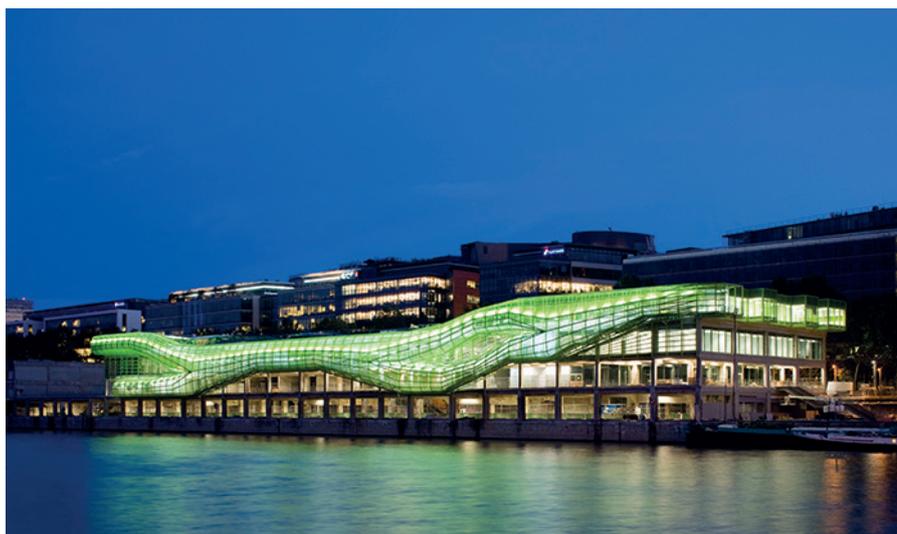
# L'enseignement de la mode à l'heure de l'innovation

La mode est un milieu professionnel attractif pour beaucoup de jeunes femmes et jeunes hommes passionnés par cet univers. L'offre de formations est importante tant dans les domaines de la création de la mode et de la fabrication que du marketing. Aussi bien en France qu'à l'étranger, il existe des établissements de grande renommée. A Paris, sont localisés l'Institut français de la mode, l'Atelier Chardon Savard, l'École de la Chambre syndicale de la

couture parisienne, l'École Duperré, le Studio Berçot et l'Esmod (également présente à Bordeaux, Lyon, Rennes, etc.)... En Europe, aux côtés des écoles françaises, se distinguent deux écoles londoniennes - Saint Martins College of Art et Royal College of Art, deux écoles belges - l'Académie Royale des Beaux-Arts d'Anvers et La Cambre, à Bruxelles, ainsi qu'une école milanaise ; l'Istituto Marangoni.

## LIEUX D'ENSEIGNEMENT DE LA MODE DE LUXE





Docks Cité de la Mode et du Design (13<sup>e</sup>)

© Nicolas Borel

En amont des grandes écoles et parfois en leur sein, différentes filières existent telles que les DMA (diplômes des métiers d'art) et les bacs STD2A (baccalauréat des sciences et technologies du design et des arts appliqués). (voir carte)

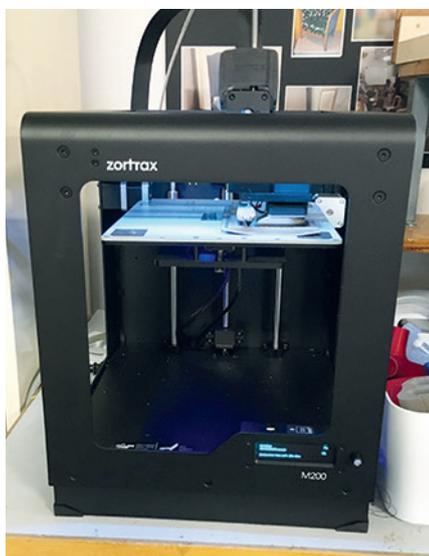
La Métropole du Grand Paris rassemble sur son territoire pas moins de 58 établissements d'enseignement spécialisés dans les métiers de la mode ou qui développent cette spécialité parmi d'autres. La majorité est concentrée à Paris mais chacun des trois départements périphériques accueille plusieurs établissements, notamment des lycées professionnels. Ce foisonnement de lieux d'enseignement, dont certains de réputation internationale, est une force de la mode parisienne et le socle de son écosystème. Il présente toutefois des faiblesses, pointées dans un récent rapport<sup>10</sup> : des parcours de formation peu lisibles ; un manque de synergie entre les écoles sur les sujets d'intérêt commun comme le statut des établissements, la mise en place de master et l'absence de défilés organisés en commun.

L'innovation investit progressivement le contenu des enseignements des écoles de mode parisiennes. Les évolutions technologiques du vêtement sont intégrées, les écoles se dotent de postes informatiques équipés de logiciels de CAO/PAO et de traitement d'enquêtes. Elles renouvellent leurs tissuthèques et acquièrent de nouvelles machines comme les imprimantes 3D.



École La Fabrique

© La Fabrique



Imprimantes 3D

© La Fabrique



École La Fabrique

© La Fabrique

**10** – « Avec intelligence et talent au bout des doigts : la mode, industrie de créativité et moteur de croissance ». Rapport de Lyne Cohen-Solal à Mme Fleur Pellerin, ministre de la Culture et de la Communication, et à Monsieur Emmanuel Macron, Ministre de l'Industrie. février-octobre 2015.

---

## CONCLUSION

---

Malgré trois décennies de stagnation et parfois de recul, la fabrication de la mode garde une position forte dans la capitale avec plus de 300 ateliers en activité, principalement dans le Sentier, le faubourg Poissonnière et la Goutte d'Or, qui offrent une large palette de lieux et de métiers. De nouveaux modes de travail émergent et la plupart des ateliers qui se sont maintenus sont désormais en conformité avec les normes d'hygiène et de sécurité.

### **Un écosystème à l'interface de la tradition et de l'innovation.**

Fabriquer la mode en ville aujourd'hui n'implique plus les mêmes nuisances à l'environnement urbain qu'il y a vingt ou trente ans. De nombreux types de production sont aménageables dans un cadre urbain contraint : couture, broderie, tailleur et flou (dont certains façonniers), maille, plumassier, modiste, corsetier, confection, lingerie, petite maroquinerie et bien évidemment, les studios de créateur. Ces activités qui mobilisent plus de 90 métiers trouvent leur place dans des locaux de différents formats, en rez-de-chaussée aussi bien qu'en étages.

La mode à Paris demeure une filière d'avenir. Elle forme un écosystème unique à l'interface entre tradition et innovation dans lequel s'articulent les activités de création, de fabrication et de commerce. Le rayonnement de Paris comme capitale de la mode se relie depuis des siècles au dynamisme de cet écosystème. Celui-ci est aujourd'hui en pleine évolution, mû par de nouvelles institutions, de nouvelles politiques de la ville, de nouvelles stratégies entrepreneuriales et des initiatives citoyennes.

Face à la pression foncière qui est structurelle, la fabrication en ville mérite d'être soutenue pour conserver à la mode parisienne l'un de ses meilleurs atouts, pour la mixité qu'elle introduit dans la vie des quartiers, pour son apport à la création parisienne et au rayonnement de la ville à l'international.

### **Promouvoir le « fabriqué à Paris », le « créé à Paris », de nouveaux liens à l'international.**

Aujourd'hui l'intérêt de Paris est de rendre visibles ces produits issus du « fabriqué à Paris », favorisant ainsi les circuits courts. Il est aussi de promouvoir ces jeunes créateurs qui ne bénéficient pas d'un réseau professionnel ou institutionnel. Des locaux éphémères de vente pourraient être régulièrement mis à disposition pendant les périodes des fashion-weeks pour mieux garantir les échanges avec les acheteurs. En ce qui concerne le label « fabriqué à Paris », sa définition mériterait d'être élargie au « créé à Paris » du moins jusqu'au prototypage. Précisément, Paris a su maintenir dans ses murs des activités de prototypage. Il est donc important de les conserver pour maintenir la cohérence d'une filière de création/fabrication de la mode. Des formes de protection seront peut-être à imaginer en faveur des ateliers (locaux, facilités de livraison) afin que la fabrication reste parisienne. Cela aussi dans la perspective de mettre en valeur la production d'un grand nombre d'ateliers et des studios de créateurs qui donnent fortement leur empreinte à la mode parisienne.

La mode parisienne tire profit d'un réseau international de fournisseurs et de clients, par exemple en Asie du sud-est, en Afrique subsaharienne et sur le continent américain. Il est important de maintenir et développer ces liens avec ces pays où le rayonnement international de Paris demeure fort dans le secteur de la mode. Des programmes de coopération technique, institutionnelle et culturelle pourraient être mis en œuvre pour développer les savoirs faire artisanaux (au sens large et non limité aux métiers d'art), développer les échanges commerciaux et par ce biais stimuler et enrichir la création parisienne. Depuis le XVII<sup>e</sup> siècle, ces échanges ont été un atout pour la ville.

En définitive l'avenir de la filière dépendra de sa capacité à s'ouvrir à l'innovation, à la robotisation et aux technologies (fabrication additive, matières connectées...) ainsi qu'à l'économie circulaire.

---

# ANNEXE 1

---

## Entretiens 2015-2017 – Liste des personnalités rencontrées

**Lyne COHEN-SOLAL**, conseillère d'arrondissement

**Pascal MORAND**, président exécutif –  
Fédération Française de la Couture, du prêt-à-porter  
des Couturiers et des Créateurs de Mode

**Françoise SEINCE**, directrice –  
Ateliers de Paris

**Olivier LENOBLE**, directeur du développement économique,  
et **Philippe BLAIZE**, chargé de mission –  
Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Paris

**Dominique BARBIERY**, directeur –  
Paraffection, Maison Chanel

**Françoise VINCENT**, directrice –  
dispositif « Au-delà du Cuir »

**Pascal GAUTRAND**, fondateur –  
Made-in-Town

**Christian PECHEREAU**, directeur –  
association Made in Goutte d'Or

**Artisan** anonyme du Sentier

**Cyril SEFARAD**, propriétaire d'un atelier du Sentier

**Aurélie BESOMBES** et **Isabelle ANDRE** –  
Atelier École Maurice ARNOULT

**Alice GRAS**, fondatrice –  
Startup Hall Couture

**Smaïl KANOUTE**, cofondateur –  
WE'ART

**Florian SICARD**, fondateur –  
Monsieur Baluchon

**Régis DAJCZMAN** –  
Enseigne WIW17

**Morgane FAUVEL** –  
Atelier Fauvel

**Serkan CURA** –  
Plumassier

**Christine PHUNG**, créatrice de mode

**Alexia TRONEL** et **Caroline PERDRIX**, résidentes  
aux Ateliers de Paris (atelier Bartavelle)

**Hélène TIMSIT**, résidente aux Ateliers de Paris  
(atelier Mazarine)

**Jacques LEROUX**, délégué création mode design –  
CCI de Paris

**Clarisse REILLE**, directrice générale –  
Défi

**Nathalie BOIS**, cheffe de projet  
Défi

**Stéphane PIONNIER**, directeur du développement  
économique – CRMA Ile-de-France

**Franck DELPAL** – IFM

**Chantal FOUQUE**, directrice –  
La Fabrique

**Coline RIVIERE** –  
ShowroomPrivé

---

## ANNEXE 2

---

Sont présentées ici les définitions utilisées pour la création de la base de données.

### Type de production

Parmi les ateliers de fabrication du secteur de la mode, différents types ont été distingués en fonction du niveau de gamme des articles produits. Dans notre cartographie, chaque sous-catégorie est indiquée par un symbole :

#### Haute couture

Appellation juridiquement protégée dont ne peuvent se prévaloir que les entreprises figurant sur une liste établie chaque année par une commission au Ministère de l'Industrie et qui fait l'objet d'une décision ministérielle. Les Maisons de Haute Couture doivent répondre à un certain nombre de critères : travail réalisé à la main dans les ateliers de la Maison, deux ateliers, nombre d'employés, l'unicité de pièces sur-mesure, deux défilés dans le calendrier de la haute couture chaque année, nombre de passages par défilé (au moins vingt-cinq), utilisation d'une certaine surface de tissu...

#### Luxe – Sur mesure

Fabrication de vêtements, des sacs, des chaussures en toute petite série ou pièces uniques, généralement adaptables aux goûts et mesures du client. Généralement haut de gamme et à de prix élevés, ces deux catégories (luxe et sur mesure) sont toujours associées. Mais il existe des exemples des couturiers qui ne font pas du haut de gamme. Tel est le cas de ceux qui font de la retouche, ou bien qui fabriquent de robes de soirée, de mariage ou customisées (avec des inspirations ethniques de l'Afrique par exemple)

#### Atelier fournisseur

Ateliers sous-traitants qui assurent une partie de la fabrication des vêtements. Exemples : la Maison Hurel fait de la broderie pour les maisons de Haute couture ; les ateliers de confection du sentier travaillent pour les fabricants-grossistes.

#### Prêt-à-porter

Vêtements fabriqués en série, à la machine. Dans la base de données on peut distinguer le « prêt-à-porter de luxe », le « prêt-à-porter haut de gamme » et le « prêt-à-porter » sans plus de précision. Le premier est fabriqué par les Maisons de Couture, sa fabrication conjugue le travail à la main (métiers d'art) et à la machine. Le deuxième fait référence à la qualité du produit et son coût élevé. Quant au « prêt-à-porter tout court », il correspond à des vêtements moyen et bas de gamme, fabriqués par exemple pour la grande distribution. À noter que la frontière entre le « prêt-à-porter haut de gamme » et le « prêt à porter tout court » est nécessairement imprécise.

#### Jeune création

Les créateurs, ateliers ou marques qui ont vu le jour à Paris à partir de 2010.

#### Innovation

Lieux de fabrication/créateurs qui font de la recherche pour la fabrication avec nouvelles techniques (coupe 3D, formes de manipuler, assembler et traiter la matière...), des nouvelles matières et/ou nouvelles technologies (numérique, électronique...). La Haute couture est toujours innovante, c'est pourquoi nous ne l'incluons pas dans cette catégorie afin de mettre en évidence ceux qui ne bénéficient pas de cette appellation (généralement de la jeune création).

## Type de fabrication

Les ateliers ont été regroupés en cinq grandes catégories sous l'angle des conditions de production et de la nature des articles fabriqués.

### Haute Couture

Correspond à la même définition du type de production. Costumier. Fabrication de costumes pour le théâtre, le cinéma, mais aussi les robes professionnelles (des juristes, des avocats...).

### Atelier fournisseur

**Broderie** : Art de réaliser à l'aiguille, sur une étoffe ou autre support (cuir...), des applications de motifs ornementaux à l'aide de fils de coton, de lin, de soie, etc., ou de métal.

**Tailleur/flou** : Deux spécialités différentes, réalisé parfois par le même artisan. Le tailleur réalise des vêtements en tissu lourd (manteaux, vestes, chemises, pantalons) ; le flou réalise des vêtements en tissu souple (robes, voiles...).

**Maille** : Élément constitutif de toute surface textile comportant un réseau plus ou moins lâche de fils entrelacés (tricots, tulle, filets...) : des pulls, des écharpes...

**Plumassier** : Le plumassier prépare des plumes, fabrique et vend des garnitures qui deviendront accessoires ou éléments de costumes. Ils sous-traitent généralement pour la Haute Couture et le spectacle.

**Modiste** : conçoit et fabrique des chapeaux. L'artisan chapelier (qui travaille spécifiquement le feutre, la paille et le tissu) est inclus dans cette catégorie.

**Corsetier** : Le corsetier réalise des sous-vêtements féminins serrant taille et hanches, constitués d'une armature interne ou « corps » baleiné ou non sur toutes les coutures et lacé devant ou dans le dos.

**Parurerie** : activité qui englobe la fabrication des articles destinés à agrémenter l'habillement (broderies, boutons, etc.) et des fleurs artificielles.

**Confection** : des ateliers qui réalisent l'assemblage des pièces préalablement coupées chez le grossiste.

**Plisseur** : atelier spécialisé dans l'art de plisser les tissus avec de la vapeur tout en utilisant du carton et à partir d'un travail manuel.

### Cuir/fourrure

**Cuir** : vêtement réalisé en peau tannée et corroyée.

**Fourrure** : vêtement réalisé en peau d'animal garnie de poils fins et serrés.

**Maroquinier** : Le maroquinier conçoit et fabrique des objets de la vie quotidienne tels que les sacs à main, les ceintures, des accessoires de mode, la petite maroquinerie (étuis, pochettes, porte-clefs, portefeuilles, porte-monnaie, porte-cartes) ainsi que des objets de bureau, de voyage, de sport (mallette, valise, trousse, sac à dos) et des objets en cuir pour les animaux.

**Chaussure** : inclus les différents métiers liés à la fabrication de la chaussure homme et/ou femme : bottier, formier, patronnier, tigiste, piqueur, monteur...

### Vêtement de dessus

**Vêtement de dessus** : fabricant de vêtements prêt-à-porter en miniserie et en grande série. Les collections capsules sont incluses dans cette catégorie.

**Fabricant grossiste** : principalement les ateliers du sentier. Ceux-ci réalisent la découpe en série des patrons qui seront postérieurement envoyés à l'atelier de confection. Il s'agit principalement des ateliers du Sentier.

**Uniforme** : fabricant de vêtement de coupe et de couleur réglementaires porté par divers corps de l'état ou d'une entreprise et diverses catégories de personnels (chef, serveurs...).

### Autre

**Sérigraphie** : atelier d'impression de textiles et de cuirs par l'usage d'un écran.

**Emporte-pièces** : fabricant de pièces de vêtement (par exemple : couper des semelles) ou bien des outils pour leur fabrication (exemple : des tampons pour imprimer le cuir ou des lames pour le couper).

**Perruquier** : fabricant des perruques ou des coiffures postiches en cheveux naturels ou en fibres synthétiques.

**Lingerie** : fabricant de sous-vêtements et des vêtements de nuit.

### Façonnier

Dans le secteur de l'habillement, les façonniers sont des ateliers où l'on fabrique, selon un modèle, les collections de prêt-à-porter. Les façonniers prennent en charge la fabrication en série d'un prototype donné par gradation de tailles et selon les matières (cuir, fourrure, tissu...). Parfois ils fabriquent eux aussi des prototypes.

---

## ANNEXE 3

---

Les métiers de la création et de la fabrication de la mode,  
selon le site [lesmetiers.net](http://lesmetiers.net), du Conseil régional d'Ile-de-France :

### Les métiers de la création

À l'écoute des tendances et de leurs propres envies, les créatifs de la mode conçoivent des textiles, des robes, des chaussures, des sacs... Si les métiers de la création attirent beaucoup, les débouchés sont réduits : seuls 8 % des salariés de la couture exercent dans la création. La priorité est donnée aux créatifs dotés de solides compétences techniques.

#### Créateur/Créatrice textile

Le créateur textile imagine de nouveaux tissus à partir des cahiers de tendances, des besoins du marché et de la stratégie de l'entreprise (image de marque, cible...). Pour cela, il joue avec les couleurs, les motifs, les textures, les trames... Il travaille en lien avec le modéliste, le chef de produit, l'acheteur matière et le bureau de style.

#### Directeur/Directrice de collection

Le directeur de collection oriente et coordonne les activités du bureau de style, des fabricants, des chefs de produit, etc., depuis l'analyse des tendances jusqu'à la présentation de la collection aux acheteurs. Il doit notamment garantir la cohérence des différentes lignes de produits dans le respect du style défini par le créateur.

#### Modiste

Le modiste est un créateur de chapeaux. Si le chapelier travaille le plus souvent pour des hommes, le modiste, lui, travaille généralement pour des femmes. Il confectionne les chapeaux, les transforme ou les répare. C'est un artisan qui réalise à la main et sur mesure bibis, capelines, toques ou voilettes.

#### Plumassier/Plumassière

Fabricant d'articles en plumes, le plumassier est très recherché aussi bien dans la haute couture que dans l'univers du spectacle. Boas, accessoires de mode, costumes sont autant de créations que le plumassier est capable de réaliser.

#### Styliste de mode

Le styliste de mode est un créateur de vêtements et d'accessoires. Il anticipe les courants de mode puis dessine des modèles en tenant compte des contraintes techniques de fabrication et de l'image de marque qu'il représente. Il réalise des pièces qui seront fabriquées en série ou de façon unique pour la haute couture.

#### Responsable de bureau d'études

La mission du responsable de bureau d'étude est de superviser l'ensemble des études techniques et de normalisation des modèles en vue de leur industrialisation.

Il travaille à partir des éléments transmis par l'équipe commerciale de son entreprise. Sa première activité est d'analyser les demandes et besoins des clients, puis d'apporter des réponses en matière de faisabilité et de chiffrage. Il doit notamment définir les modes opératoires, évaluer les coûts de production et déterminer les prix de revient. Il s'appuie pour cela sur différents collaborateurs : agents des méthodes, techniciens de production, commerciaux, logisticiens, etc.

## Les métiers de la fabrication

Il ne reste pratiquement plus d'ateliers de confection en France. Aujourd'hui, seuls le haut de gamme, quelques vêtements spécifiques (vêtement de travail, etc.) et certains textiles innovants sont encore fabriqués dans l'Hexagone. Les effectifs d'ouvriers fondent comme neige au soleil, tandis que les activités de gestion et de logistique se développent. Les profils ouverts sur l'international sont les bienvenus.

### Agent/Agente études et méthodes habillement

S'appuyant sur des logiciels spécifiques, il évalue les coûts de production et les temps d'exécution des tâches, planifie la fabrication, veille à l'adéquation entre capacités de production et charges de travail. Parfois, c'est lui aussi qui gère les stocks et assure le suivi de la fabrication des produits.

### Brodeur/Brodeuse

La brodeuse (rares sont les hommes qui exercent ce métier) réalise, à l'aide de fils sur un tissu, des motifs décoratifs préparés par un dessinateur en lien avec un styliste ou un créateur. S'il existe plusieurs façons de broder (à la main, au crochet, à la machine à broder notamment mécanique), dans le domaine de la haute couture et du prêt-à-porter de luxe, la brodeuse travaille exclusivement à la main.

Aujourd'hui en France, les ateliers sont peu nombreux, une grande partie de la production étant délocalisée à l'étranger, notamment en Inde, où il existe un art ancestral de la broderie.

### Contrôleur/Contrôleuse qualité

Le contrôleur qualité contrôle, à la sortie de l'atelier, la conformité des produits (vêtements, sacs, chaussures, etc.) aux cahiers des charges de ceux-ci. Il étudie et conçoit les moyens à mettre en œuvre pour effectuer les contrôles qualité à tous les stades de la fabrication. Lorsqu'il repère des pièces non-conformes, il recherche les causes et propose des actions correctives.

Aujourd'hui, ce professionnel doit connaître différents cadres réglementaires internationaux. Il est conduit à se rendre régulièrement sur les sites de production délocalisée pour voir comment les gens travaillent et leur apporter des recommandations.

### Mécanicien/Mécanicienne modèle

Le mécanicien modèle, ou monteur prototypiste, met au point le prototype du vêtement à l'aide de diverses machines à coudre programmables ou non. Le vêtement étant voué à être industrialisé, le mécanicien modèle doit porter une attention constante à la faisabilité, l'optimisation du montage et la formalisation des méthodes. Ses recommandations sont précieuses.

C'est lui qui réalise le dossier technique sur lequel s'appuiera le fabricant pour lancer la production industrielle du vêtement.

### Modéliste

Le modéliste donne vie et forme aux vêtements dessinés par le styliste, à partir d'un cahier des charges, d'un croquis, d'annotations techniques et des différentes matières proposées. Il doit, en outre, respecter les normes de fabrication (normalisation des tailles, etc.) et les impératifs de production (délais, coût, qualité, etc.).

### Piqueur/Piqueuse

Aussi appelé couturier en confection ou opérateur en couture, le piqueur assemble les différentes pièces d'un vêtement, d'un sac, d'une toile de tente, etc. Il utilise pour cela une machine à coudre, (piqueuse plate, surjeteuse, etc.) qu'il peut éventuellement programmer.

### Tailleur couturier/Tailleuse couturière

Le tailleur-couturier fabrique des vêtements sur mesure et à la commande. Il effectue également des retouches sur des vestes, des pantalons, des robes ou des jupes, neufs ou déjà portés, pour les remettre à la taille de son client.

### Ingénieur/Ingénieure textile

L'ingénieur textile est un spécialiste des textiles techniques, c'est-à-dire des textiles dotés de propriétés spécifiques (anti-bactériens, isolants phoniques ou thermiques, résistants au feu, indestructibles, etc.), pour le BTP, les transports, la santé, l'agriculture... Les métiers exercés par ce professionnel sont variés et situés aux différents stades de la chaîne de vie du produit : ingénieur recherche et développement, ingénieur de production, responsable des achats, ingénieur technico-commercial, responsable qualité, etc.

### Maroquinier/Marоquinière

Le maroquinier reproduit ou crée des sacs à main, des porte-monnaie, des portefeuilles, des bracelets-montres ou encore des ceintures à partir de cuirs, de tissus et de matériaux synthétiques. Il travaille sur commande et, dans certains cas, commercialise lui-même sa production.

### Patronnier-gradeur/Patronnière-gradeuse

Le patronnier-gradeur réalise les patrons ajustés aux différentes tailles, à partir du prototype de vêtement réalisé par le modéliste. Il peut travailler aussi bien pour une collection de haute couture que pour du prêt-à-porter fabriqué en série.

---

## ANNEXE 4

---

### Extrait de l'entretien avec Pascal GAUTRAND, fondateur de Made-in-Town

Le mercredi 18 novembre 2015, au Showroom de Made-in-Town (58, rue du Vertbois — 75003 Paris).

<http://www.made-in-town.com/fr/>

#### Qu'est-ce que Made in Town ?

**Pascal GAUTRAND :** Je dois d'abord dire que c'est grâce à la Semaest que ce lieu existe. Sans eux, je n'aurais jamais pu m'installer dans un lieu pareil et à cette adresse.

Depuis ma formation en design, je me suis toujours intéressé aux processus de fabrication inscrits dans une temporalité « longue ». On est toujours mis en face d'un objet fini mais on apprécie moins l'objet du point de vue de la matière, de la production, des métiers, des savoir-faire. Avant, on produisait localement et le processus de fabrication était visible, mais avec l'industrialisation du prêt-à-porter (et par ce biais donc, la démocratisation de la mode) on se rend moins compte de ces éléments, on s'interroge moins sur ces questions.

L'idée derrière Made in Town est de valoriser la culture du savoir-faire.

En 2008 j'ai effectué une résidence à la Villa Médicis. J'ai établi une cartographie du savoir-faire des tailleurs de chemises romains. J'ai demandé à 30 d'entre eux de réinterpréter, chacun à leur manière, un modèle basique de chemise pour homme (de la marque Zara, un produit basique, le moins lié au style mais aussi un des produits les plus distribués sur la planète). Chacune des trente chemises reproduites était différente l'une de l'autre car le savoir-faire de chaque artisan est particulier, chacun a sa manière propre de faire et la technique est vecteur de valeur ajoutée. Cette expérience est la base sur laquelle se fonde Made in Town.

Au début nous avons commencé à travailler avec le salon Première Vision qui rassemble des savoir-faire spécifiques du monde entier pour les mettre en lien avec les marques (de luxe). C'est ainsi que nous avons produit « Maison d'Exceptions », un magazine en ligne qui prolonge l'expérience du salon et propose une vitrine permanente sur des créations et des techniques de fabrication pointues liées au textile.

Notre volonté est de valoriser les savoir-faire locaux et les fabrications locales, et de renforcer le lien entre public et producteur.

#### Que peut-on fabriquer à Paris en 2016 ?

**PG :** Il y a peu de choses en réalité que l'on ne fabrique pas à Paris. Ces ateliers qui ferment sont ceux qui restent organisés de manière trop traditionnelle.

Comme je vous disais on promeut une fabrication locale mais cela ne va pas à l'encontre de l'usage de la machine par exemple. Il faut s'adapter aux nouveaux procédés et utiliser les technologies à portée de main. L'usage des machines de pointe, plus adaptées à certains processus ou certaines réalisations doit au contraire être encouragé.

Ce qui permet aussi en même temps d'être innovant. Ce peut être par exemple le rôle des espaces de travail partagés qui favorisent une fabrication locale avec une autre perspective de l'usage de l'espace.

Il faut aussi aller voir Pantin ou Montreuil pour comprendre qu'il se passe encore des choses. Tous les ans il y a de nouveaux ateliers qui se créent. Le système évolue. Les définitions mêmes d'artisan ou de designers évoluent elles aussi. S'il veut exister, un designer aujourd'hui est presque contraint d'ouvrir son propre atelier de fabrication. Les designers sont de plus en plus en prise avec la production alors que c'était le rôle de l'artisan auparavant.

Les lieux de vente deviennent eux aussi des lieux de fabrication. Il existe à Copenhague un lieu qui s'appelle le Zoo. C'est un lieu hybride de fabrication, de design, de commercialisation des designers qui tournent et peuvent produire sur place. Ce concept va bien au-delà d'exposer dans une vitrine quelque chose qui se fabrique, il s'agit d'un travail pédagogique qui permet de créer la rencontre entre le public (les consommateurs) et les matières, les procédés et les artisans, c'est une porte ouverte pour la sensibilisation des gens à propos de ce qu'ils consomment et une alternative à la manière dont ils consomment. La production/fabrication est visible pour le visiteur c'est là l'importance et l'innovation que je trouve dans cet espace.

---

## ANNEXE 5

---

### Qu'est-ce que la haute couture ?

L'appellation « Haute Couture » date de 1945. C'est une appellation juridiquement protégée dont ne peuvent se prévaloir que les entreprises figurant sur une liste établie chaque année par une commission siégeant au ministère de l'industrie et qui fait l'objet d'une décision ministérielle.

L'appellation « Haute Couture » date d'un décret de 1945, pour permettre à ce secteur d'activité fortement exportateur d'avoir accès aux matières premières dans une économie alors soumise au rationnement et de bénéficier de certaines souplesses par rapport à la réglementation sur les prix.

L'appellation « Haute Couture » a été maintenue après la fin du rationnement et la libéralisation des prix pour distinguer les défilés de la semaine de la haute couture, qui ont lieu à Paris deux fois par an.

Le label « Haute Couture » est une appellation juridiquement protégée, accordé par décision du ministre en charge de l'industrie, sur proposition d'une commission de classement animée par la Chambre syndicale de la couture.

#### Critères de sélection

L'appellation « Haute Couture » est réservée aux entreprises du luxe qui répondent à une série de critères fixés par la Chambre Syndicale de la Haute Couture Parisienne, dont les principaux sont :

- Vêtements réalisés sur mesure ;
- Travail à la main ;
- Les ateliers de la maison de couture doivent comporter un atelier flou (robes) distinct de l'atelier tailleur (vestes) ;
- Les ateliers doivent compter au moins 20 personnes (brodeurs, plisseurs, plumassiers dotés d'un savoir-faire unique au monde) ;
- Défiler deux fois par an, avec un nombre minimal de 25 modèles par collection ;
- Pour être accepté en tant que nouveau « membre permanent », la maison doit être inscrite sur le calendrier officiel des collections Couture en tant que « membre invitée » depuis au moins 4 ans et être parrainée par une autre maison de couture.

Les maisons de couture doivent refaire chaque année une nouvelle demande, soumise à un nouveau vote de la commission, pour conserver l'appellation.

#### Membres et invités

En 2017, quinze maisons bénéficient de l'appellation « haute couture » avec le statut de « membres permanents » : Adeline André, Alexandre Vauthier, Alexis Mabille, Chanel, Christian Dior, Frank Sorbier, Giambattista Valli, Givenchy, Jean Paul Gaultier, Julien Fournié, Maison Margiela, Maurizio Galante, Schiaparelli, Stéphane Rolland, Yqing Yin.

Dix-sept maisons ont le titre de « membre invité » qui donne la possibilité d'exposer pendant la semaine de la haute couture et de défiler en parallèle des grandes maisons dans des lieux moins connus. Enfin sept maisons sont membres « Haute Joaillerie » : Boucheron, Chanel Joaillerie, Chaumet, Chopard, De Beers, Dior Joaillerie, Louis Vuitton Joaillerie.

---

## BIBLIOGRAPHIE

---

BENOIT, Paul, BERTHIERI, Karine, BILLEN, Gilles, LECHEVALLIER, Geoffroy, ROUILLARD, Joséphine. Eau, industries et pollution dans le bassin de la Seine. Article en ligne : [http://www.sisyphes.upmc.fr/piren/?q=webfm\\_send/379](http://www.sisyphes.upmc.fr/piren/?q=webfm_send/379), consulté le 25 janvier 2016.

Chambre de Commerce et d'Industrie – Paris Ile-de-France, La filière création mode-design, situation en Ile-de-France en 2011. Service Études et Enquête/ Département de développement territorial, octobre 2012.

COHEN-SOLAL, Lyne, Avec intelligence et talent au bout des doigts : la mode, industrie de créativité et moteur de croissance, rapport commandé par le Ministère de la Culture et le Ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique, février-octobre 2015.

ÉTIENNE, Pascal, Le faubourg Poissonnière, Architecture, élégance et décor, Délégation artistique de la ville de Paris, 1986.

KOULISCHER, Joseph, La grande industrie aux XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles : France, Allemagne, Russie. Annales d'histoire économique et sociale, 1931, Volume 3, Numéro 9, pp 11-46.

Les cahiers de l'Institut National des Métiers d'Art N° 1. Les métiers d'art : contexte, enjeux et acteurs. Paris, 2015.

LEPIDIS, Clément, L'Arménien, éditions Desmos, 1973.

PENNEL, Régis, ZORZETTO, Philippe, Les nouveaux créateurs à Paris, éditions du Chêne 2014.

PINKEY, David. Paris, capitale du coton sous le Premier Empire. In : Annales. Économies, Sociétés, Civilisations. 5<sup>e</sup> année, N. 1, 1950. pp 56-60.

GUICHOT, Isabelle, Contrat de la filière mode et luxe, Conseil National de l'Industrie, Paris avril, 2013.

MASSA, Isabelle, SERAIDARIAN, Fabien, Étude : Les savoir-faire dans la mode et le luxe : quels enjeux pour la filière française ?, Organisation internationale d'audit, conseil et services comptables, fiscaux et juridiques MAZARS, 2014.

MAILLET, Thierry, Les échantillons, un vecteur d'innovations dans l'industrie textile en France au XIX<sup>e</sup> siècle, Centre de Recherche Historique, EHESS.

---

## RÉFÉRENCES AUDIOVISUELLES

---

DUVIC, Bruno, Peut-on vraiment s'habiller «Made-in-France»? [Enregistrement audio] [En ligne]. Diffusée le 3 novembre 2015, France Inter. Disponible sur : <http://www.franceinter.fr/emission-un-jour-en-france-peut-on-vraiment-shabiller-made-in-france> (consulté le 26 novembre 2015).

FERNANDEZ, Laetitia, Barbès blues, [film documentaire], Paris, indépendant, 2013.

KLEIN, William, Qui êtes-vous, Polly Maggoo? [film], Paris, Robert Delpire, 1966.

PRIGENT, Loïc, Signé Chanel, [mini-série documentaire], Paris, ARTE, 2005.

TCHENG, Frédéric, Dior and I, [film documentaire], Paris, Guillaume de Roquemaurel, 2014.

WENDERS, Wim, YAMAMOTO, Yohji, Carnets de notes sur vêtements et villes, [film documentaire] Paris, 1989.

# La fabrication de la mode à Paris

ENTRE HÉRITAGE ET INNOVATION

Paris a toujours été une ville dans laquelle il était possible de fabriquer, et la mode en est un exemple particulièrement dynamique.

Plus de 400 ateliers consacrés à la mode sont installés dans Paris. Ils témoignent à la fois de la dynamique d'un secteur intimement lié à l'histoire de la ville de Paris, leader mondial de la Haute Couture, mais aussi de la souplesse d'un tissu urbain qui, au fil des années, sait retrouver des espaces pour fabriquer en ville.

La plupart des ateliers qui se sont maintenus sont désormais en conformité avec les normes d'hygiène et de sécurité. Fabriquer en ville n'implique plus les mêmes nuisances à l'environnement qu'il y a vingt ans.

Ces activités qui mobilisent à Paris plus de 90 métiers trouvent leur place dans des locaux de différents formats, en rez-de-chaussée aussi bien qu'en étages.

Paris apporte ainsi la preuve que de nombreux types de fabrication sont aménageables dans un cadre urbain contraint : couture, broderie, tailleur et flou (dont certains façonniers), maille, plumassier, modiste, corsetier, confection, lingerie, petite maroquinerie et bien évidemment, les studios de créateurs.

Les ateliers offrent la possibilité de fabriquer des prototypes et des petites séries grâce à des compétences devenues rares. Cette faculté est l'un des atouts importants de la mode parisienne, qui vient en renfort de la présence historique de la Haute Couture et de l'existence d'un large réseau d'école de mode renommées.

Ces activités de fabrication, longtemps stagnantes ou déclinantes, sont entrées dans une évolution dynamique qui renvoie à plusieurs facteurs : la politique des maisons de couture pour protéger leur écosystème par le rachat de leurs fournisseurs ; l'action municipale pour offrir des structures d'accompagnement ; l'émergence de nouveaux réseaux qui contribuent à l'essor de la création comme « Au-delà du Cuir », « Made-in-Town », « L'Exception »...

L'Apur, Atelier parisien d'urbanisme, est une association loi 1901 qui réunit autour de ses membres fondateurs, la Ville de Paris et l'État, les acteurs de la Métropole du Grand Paris. Ses partenaires sont :

