



Les industries de la mode dans l'économie française

Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-porter des
Couturiers et des Créateurs de Mode

Partenaires de l'étude

*fédération
française de la
couture du prêt à porter
des couturiers et des créateurs
de mode fédération française de
la couture du prêt à porter des
couturiers et des créateurs de mode
fédération française de la couture
du prêt à porter des couturiers
et des créateurs de mode
fédération française de la couture
du prêt à porter des couturiers
et des créateurs
de mode*

fédération française de la couture

La Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode a été constituée en 1973.

Présidée par Ralph Toledano (Président de la Division Mode du Groupe PUIG), élu par les membres adhérents, elle est l'organe exécutif des chambres syndicales qui la composent et est dirigée par Pascal Morand, Président Exécutif, qui met en œuvre la politique professionnelle définie par le Comité Exécutif.

La Fédération au travers des trois chambres syndicales qui la constituent compte une centaine de membres. Toutes les sociétés qui la composent sont des marques de notoriété internationale fortement exportatrices.

Avec le soutien du

D E F I

LA MODE DE FRANCE

Analyses réalisées par



L'IFM est un établissement d'enseignement supérieur reconnu par l'Etat, mais aussi un centre de formation continue et d'expertise pour les industries du textile, de la mode, du luxe et du design.

Avec la collaboration de



Le véritable périmètre des industries de la mode

La question du périmètre du secteur de la mode : approche horizontale

- Notre vision est que l'industrie de la mode va bien au-delà de la seule industrie du vêtement. La mode, en ce qu'elle incarne un modèle économique spécifique où la création et les cycles de consommation jouent un rôle primordial, s'étend à de multiples univers de produits : vêtements, accessoires (chaussures, maroquinerie, bijouterie...), parfums et cosmétiques... Les collections de vêtements sont au cœur de cette activité.
- Le cœur du système de la mode reste incarné par les marques françaises à dimension internationale. Les membres de la Fédération de la Couture, du Prêt-à-Porter, des Couturiers et des Créateurs de mode qui réalisent 88 % de leur chiffre d'affaires à l'international constituent un ensemble important auquel il convient d'ajouter d'autres marques issues des univers du vêtement, du parfum, des accessoires...

Approche horizontale : plusieurs catégories d'activités:

- ***Textiles et vêtements***
- ***Chaussures et maroquinerie***
- ***Horlogerie***
- ***Bijouterie***
- ***Joaillerie***
- ***Optique***
- ***Parfums & cosmétiques***

Une approche verticale

Nous faisons également le postulat que l'économie de la mode ne concerne pas seulement les marques les plus créatives mais également des enseignes plus accessibles ayant une activité créative qui constitue une source d'avantage concurrentiel. Qui plus est, il convient de tenir compte des mutations profondes qui ont touché notre secteur depuis une vingtaine d'années, et notamment le poids croissant pris par les activités de distribution. Les acteurs du secteur créatif s'inscrivent dans l'ensemble de la filière de l'amont (fabrication de vêtements, accessoires, parfums) à l'aval (vente au détail) sans que leur code NAF de rattachement ne puisse nous renseigner sur le degré de créativité. La vision traditionnelle opposant une filière productive liée à la création à des activités de distribution sans valeur ajoutée créative doit être battue en brèche.

Le périmètre de la filière « Mode et création » correspond à l'ensemble des activités de fabrication dans les secteurs concernés, ainsi que le commerce de détail et de gros (commerce de détail et de gros des produits de la filière comme l'habillement, la maroquinerie ou la chaussure...)

Approche verticale (amont-aval): création, fabrication, commerce de gros/de détail

SOMMAIRE

1. Les principaux enseignements	4
2. Le périmètre direct des industries de la mode	9
3. Les effets indirects et induits des industries de la mode sur l'économie française	16
4. L'impact économique de la Fashion Week	20
5. Annexes	23

Les industries de la mode : un poids majeur dans l'économie française

150 Mds € de
chiffre d'affaires direct dont 33
Mds € à l'export

36 Mds € de valeur
ajoutée, soit 1,7% du PIB
français

577 319 emplois
dans les filières

■ Un poids économique significatif

Dans un contexte économique où de nombreux secteurs subissent une concurrence croissante, les activités liées aux secteurs de la mode et de la création (habillement, accessoires, parfums-cosmétiques, optique...) s'affirment comme un pilier important dans l'économie française, par le poids qu'elles représentent et leur visibilité sur les marchés mondiaux. **Le chiffre d'affaires direct cumulé** dans ces industries est de **150 Mds €** en 2013.

■ La mode contribue directement pour 36 milliards au PIB français

En termes de valeur ajoutée, nos secteurs contribuent pour plus de **36 milliards € au PIB français**. Ce chiffre équivaut à **1,7% du PIB** en 2013. Ce chiffre place la mode au même niveau que les industries agroalimentaires françaises, qui réalisent une valeur ajoutée de 38,8 milliards d'euros et loin devant des industries aussi emblématiques que l'aéronautique ou l'automobile.

■ La mode contribue directement à plus de 577 000 emplois en France

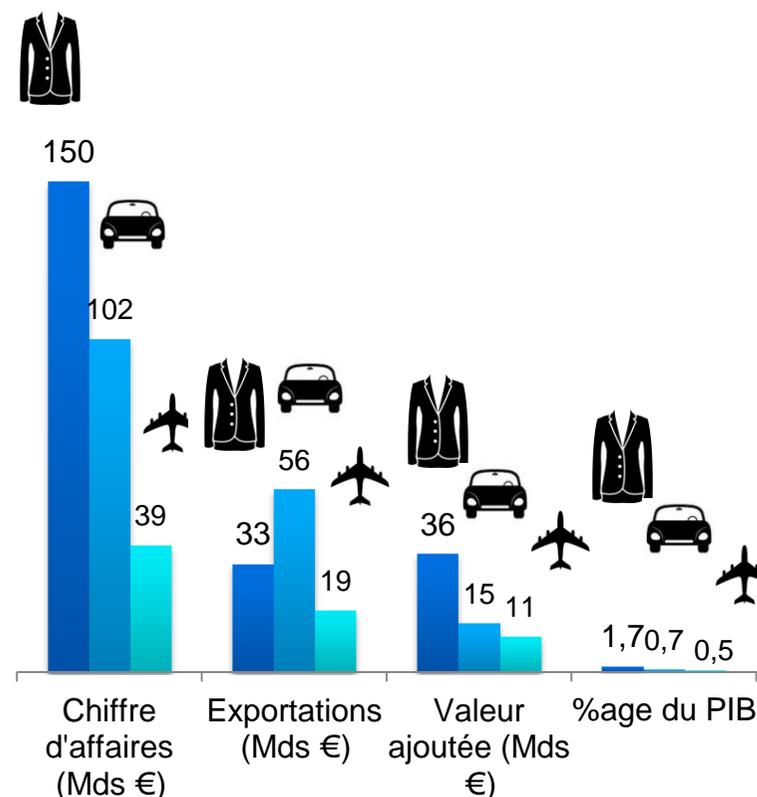
En cumulant les emplois liés au secteur, de l'amont à l'aval, nous parvenons à un chiffre supérieur à **577 000 emplois**. Ceux-ci se répartissent entre l'amont de l'industrie (fabrication et vente en gros: plus de 215 000 emplois) et l'aval (distribution au détail : 362 000 emplois) sans compter les effets indirects sur d'autres secteurs.

Les industries de la mode plus importantes que l'automobile ou l'aéronautique

9 entreprises de
la filière Mode et Création
parmi les 100
entreprises
françaises les
plus fortement
exportatrices
(source : Douanes Françaises)

Au regard des performances d'autres secteurs d'activité vus comme des atouts industriels de la France (industries automobile ou aéronautique), il apparaît que la filière Mode et Création n'a pas à rougir de ses performances : le secteur est n°1 en termes de chiffre d'affaires et de valeur ajoutée.

Comparaison intersectorielle



Synthèse de l'impact global des industries de la mode

■ Des effets indirects sur de nombreux secteurs

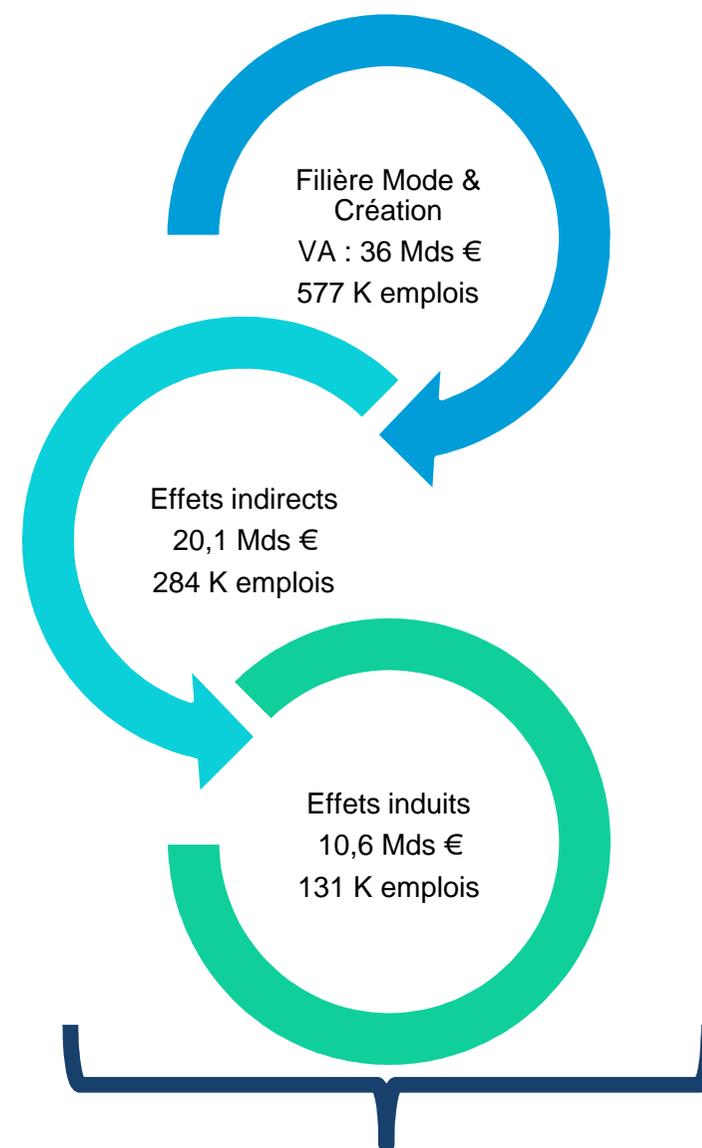
Notre étude s'est également attachée à estimer les retombées de la filière Mode et Création sur d'autres secteurs de l'économie. Nous parvenons au chiffre additionnel de **20,1 milliards d'euros** de valeur ajoutée générée indirectement par les entreprises du secteur. Cette création de valeur profite à d'autres secteurs comme les transports, la logistique, l'informatique, l'immobilier...

■ Des effets induits via la distribution de revenus par la filière

De surcroît, les revenus distribués par la filière Mode et Création à ses salariés en France permet d'injecter **10,6 milliards** d'euros supplémentaires dans l'économie française.

Au total, ce sont donc près de **67 milliards d'euros de valeur ajoutée** pour l'économie française, soit un poids total de **2,7% dans le PIB**. Ce chiffre place la mode au cœur de notre système industriel.

Enfin, la mode apporte une contribution supplémentaire, mais difficile à chiffrer celle-ci: il s'agit de l'impact positif en termes d'image pour la France à l'international. Ces retombées qualitatives constituent l'un des piliers de l'attractivité de la France pour les touristes internationaux ou pour les industriels désireux de profiter de la « French Touch » dans leur activité.



TOTAL 66,7 Mds € ≡ 2,7% du PIB

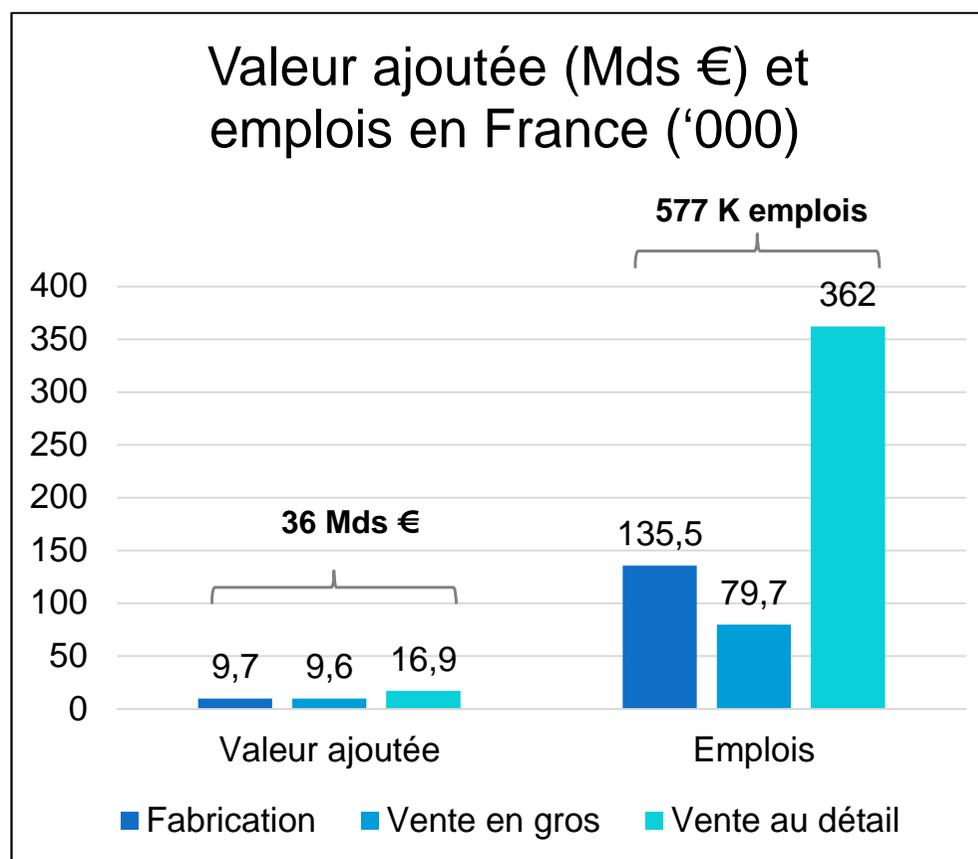
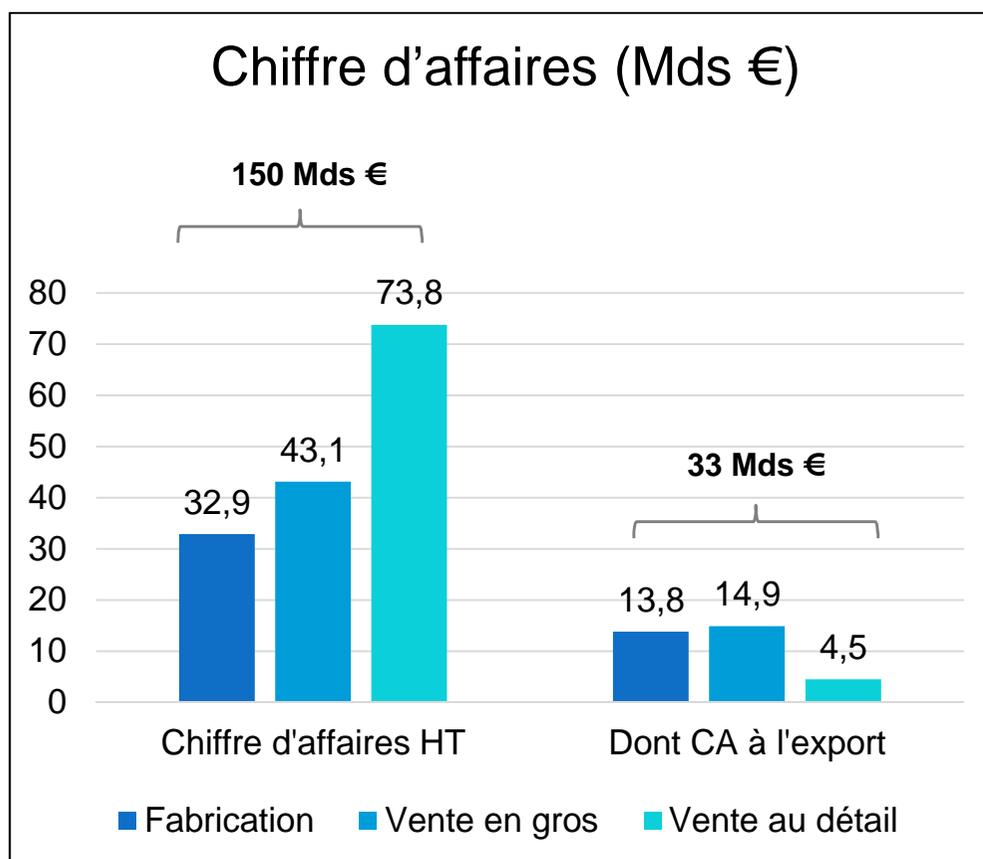
Un impact majeur de la Fashion Week de Paris et des salons professionnels sur l'économie parisienne



SOMMAIRE

1. Les principaux enseignements	4
2. Le périmètre direct des industries de la mode	9
3. Les effets indirects et induits des industries de la mode sur l'économie française	16
4. L'impact économique de la Fashion Week	20
5. Annexes	23

Les industries de la mode dans l'économie française

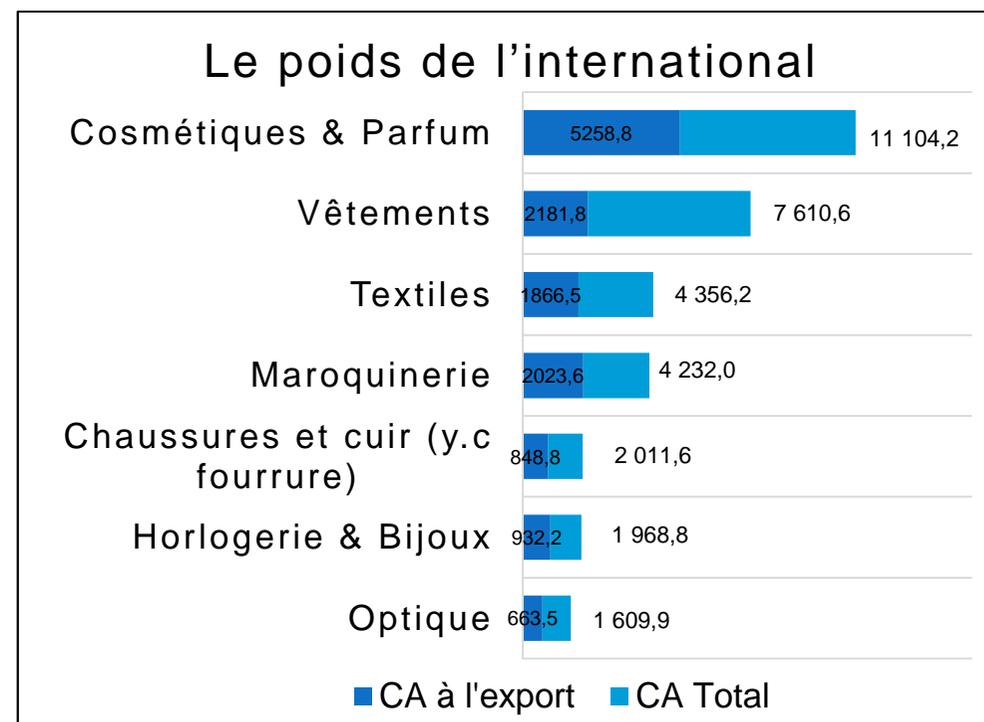
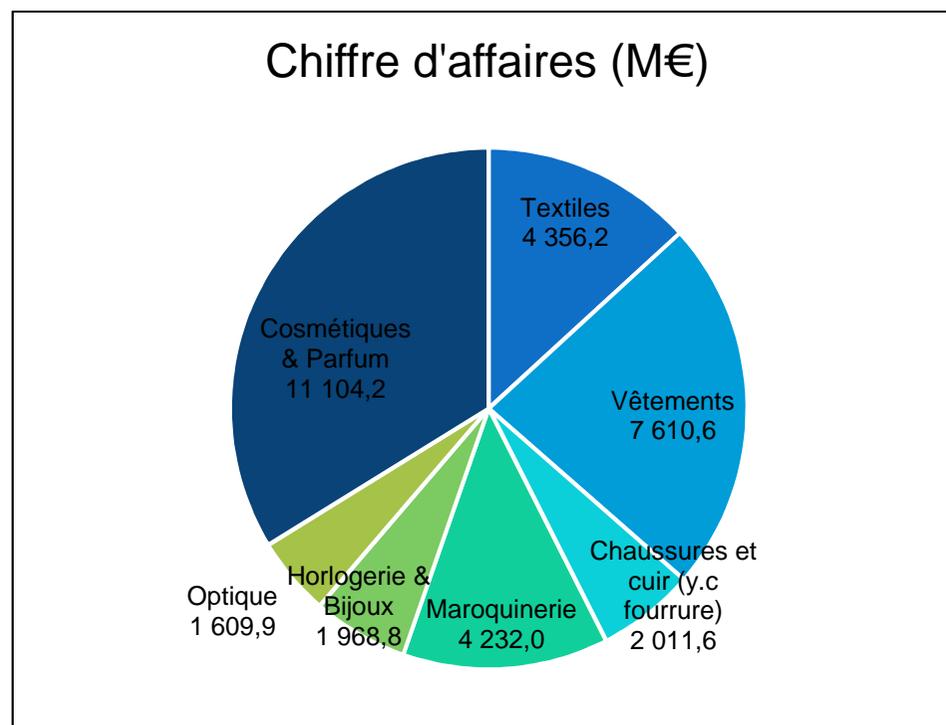


En premier lieu, nous présentons l'activité des entreprises directement présentes dans la filière mode et création (habillement, accessoires, parfums et cosmétiques, joaillerie, optique...). Les données obtenues apparaissent déjà très significatives : le chiffre d'affaires cumulé des entreprises atteint **150 milliards en 2013**, dont près de la moitié du fait des activités de vente au détail.

Les entreprises du secteur apparaissent **fortement internationalisées**, notamment les acteurs de la fabrication et de la vente en gros. Ce chiffre plus important s'explique par la présence de marques françaises puissantes, reconnues sur les marchés mondiaux.

De même, en termes d'emplois, la filière possède une importance majeure puisqu'elle emploie directement plus de **570 000 salariés**.

La fabrication dans les industries de la mode (1)

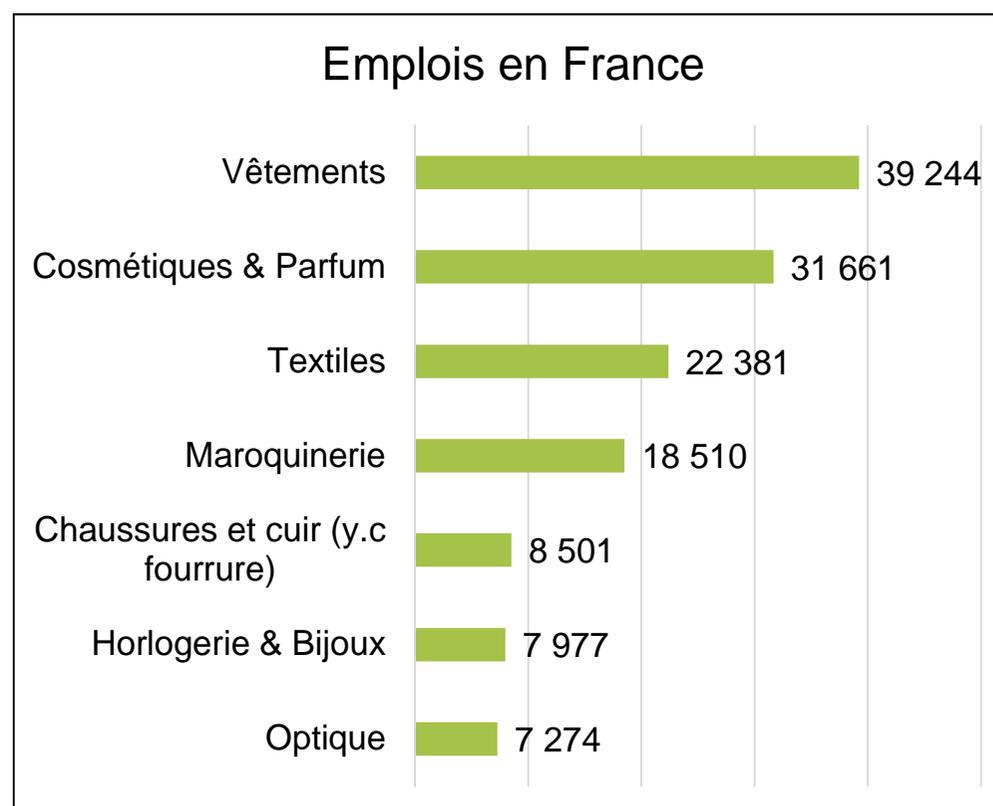
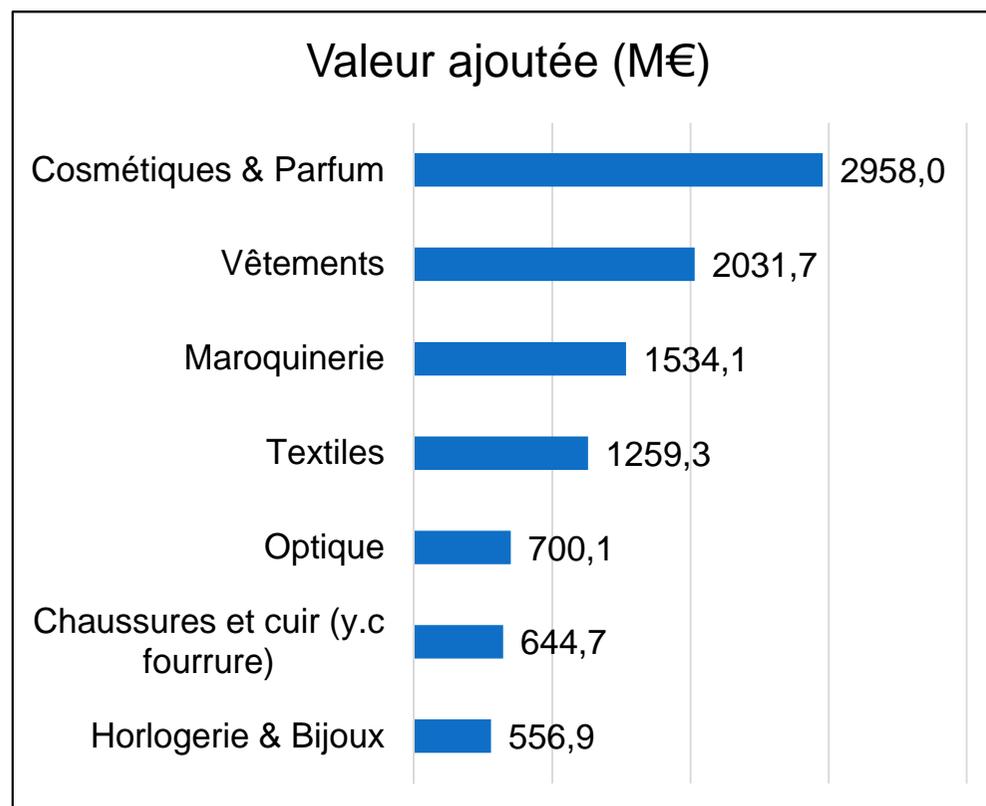


Dans la fabrication (fils, cuirs, tissus, confection...), les secteurs les plus importants en termes de chiffre d'affaires sont en France **les parfums-cosmétiques et l'habillement**. Qui plus est, si l'on ajoute les textiles aux activités liées au vêtement, on parvient à un chiffre d'affaires cumulé supérieur à celui des industries de la beauté.

Une grande partie de ce chiffre est réalisé sur les marchés internationaux : prêt-à-porter et parfums affichent les taux d'exportation les plus importants (respectivement 29 et 47%).

La maroquinerie - dont les performances à l'export sont établies - arrive en 4^{ème} position parmi les secteurs les plus importants. N'oublions pas que notre clé d'entrée est ici le code NAF des entreprises et que nombreuses sont les marques existantes sous des codes liés au vêtement dont l'activité est en fait réalisée grâce aux accessoires (maroquinerie, chaussures).

La fabrication dans les industries de la mode (2)



Les activités liées au **vêtement et aux parfums-cosmétiques** apparaissent également comme les principales contributrices à la valeur ajoutée du secteur, pour respectivement 2 et 3 milliards d'euros en 2013.

Ces deux catégories de produits sont également celles qui regroupent **le plus d'emplois**. Parmi les 136 000 emplois de la filière amont, qui regroupe les activités de fabrication, 39 000 se situent dans le secteur de l'Habillement (vêtements) et près de 32 000 dans le secteur Parfumerie/Cosmétiques.

Le secteur de la maroquinerie constitue le 3^{ème} pilier majeur de l'industrie Mode et Création en France avec une fabrication contribuant à 1,5 milliards d'euros à la valeur ajoutée et plus de 18 000 emplois dans l'amont (cuir et fabrication)

La distribution dans les industries de la mode : vente en gros et au détail

Dans le secteur de la **vente en gros**, les trois mêmes activités se dégagent : l'univers du vêtement arrive en tête avec un chiffre d'affaires de 18 milliards d'euros et une valeur ajoutée du plus de 4 milliards d'euros en 2013.

En deuxième position, on retrouve les parfums et cosmétiques (16 milliards de CA) devant l'univers du cuir (environ 6 milliards).

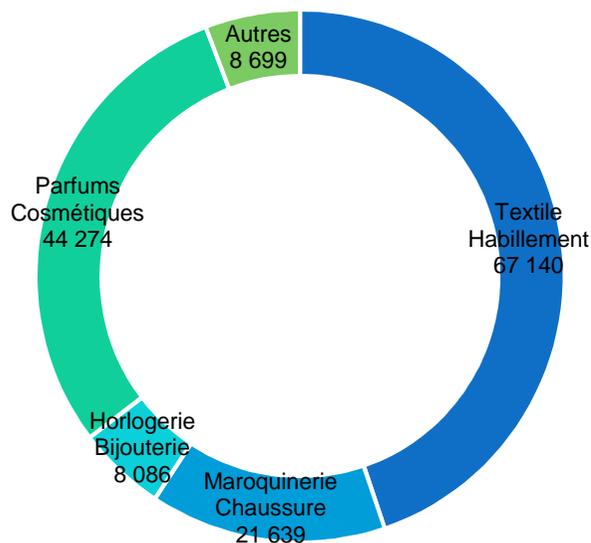
Vente en gros	Emploi	VA <i>(en millions d'€)</i>	CA <i>(en millions d'€)</i>	CA à l'export <i>(en millions d'€)</i>
Vêtements	36 587	4 393,6	18 340,9	6 023,0
Cuir-chaussure-maroquinerie	9 668	1 191,4	5 914,9	2 221,6
Horlogerie-Bijouterie	3 814	323,2	1 967,3	707,5
Cosmétiques-Parfums	28 307	3 598,3	16 333,2	5 921,6
Équipement	1 336	116,0	561,0	58,5
Total Vente en gros	79 712	9 622,4	43 117,3	14 932,2

Le poids des activités de **vente au détail** fait églamenet ressortir **l'importance des secteur du prêt-à-porter et des parfums-cosmétiques**. Par comparaison, les autres catégories de produits réalisent un volume d'activité sensiblement inférieur, de même que leur contribution en termes de valeur ajoutée et leur effectifs.

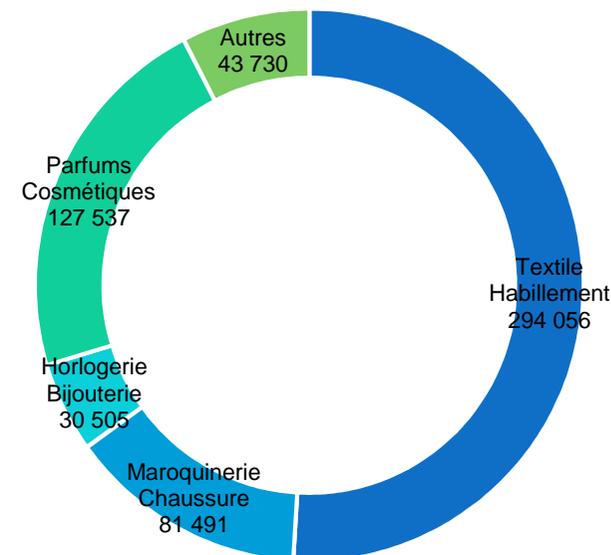
Vente au détail	Emploi	VA <i>(en millions d'€)</i>	CA <i>(en millions d'€)</i>	CA à l'export <i>(en millions d'€)</i>
Vêtements	195 844	8 381,5	36 832,0	2 305,3
Chaussures et cuir (y.c fourrure)	34 950	1 560,1	6 760,4	292,9
Maroquinerie	9 862	660,9	2 719,6	625,5
Horlogerie-Bijouterie	18 714	1 136,4	4 149,8	706,0
Optique	35 120	2 161,0	6 527,9	88,0
Cosmétiques-Parfums	67 569	3 012,4	16 837,0	496,6
Total Vente au détail	362 059	16 912,4	73 826,7	4 514,3

La décomposition par segment montre que le textile et l'habillement sont au cœur des industries de la mode

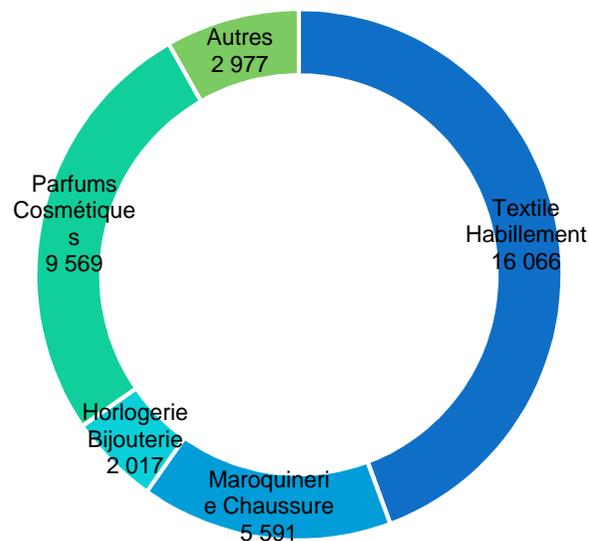
Chiffre d'affaires (M€)



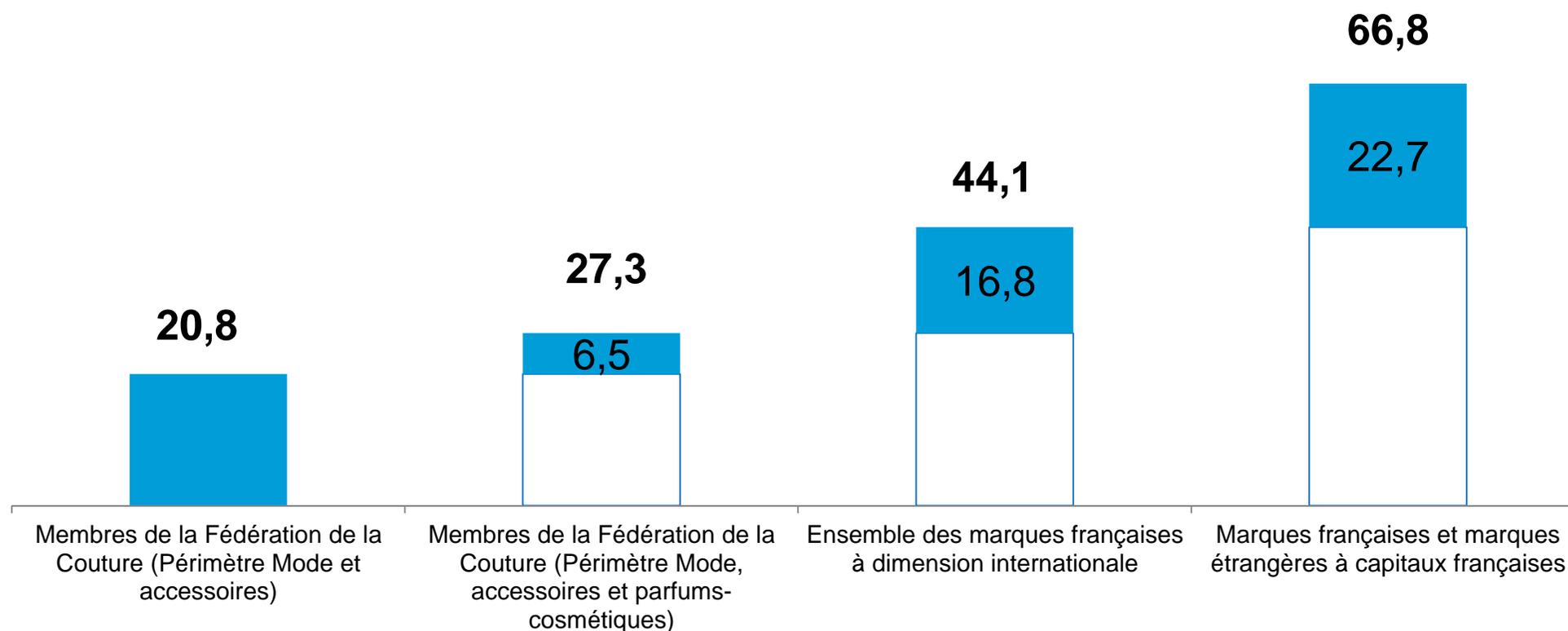
Emplois



Valeur Ajoutée (M€)



Les marques françaises de dimension internationale au cœur de l'écosystème de la mode

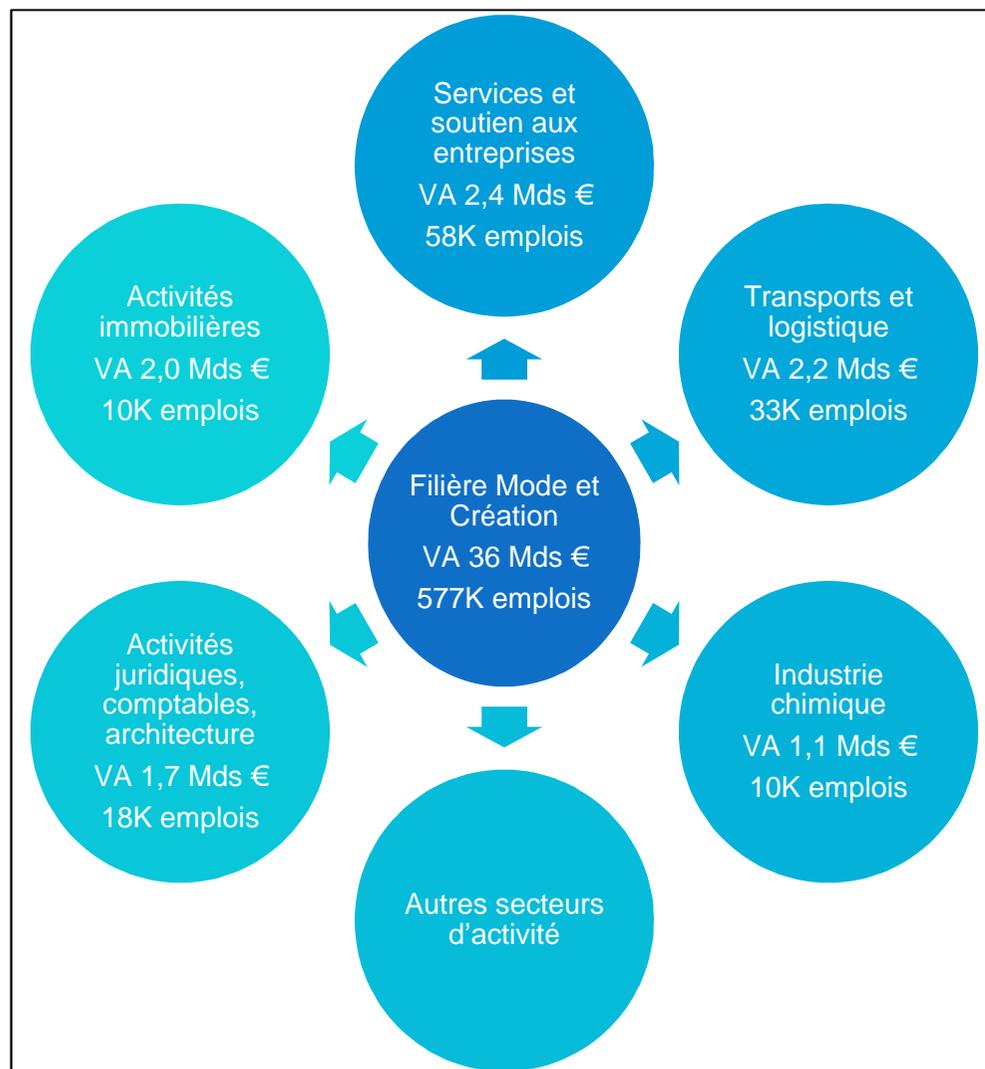


Parmi elles, les 50 premières entreprises françaises ont un taux d'exportation de 80% en moyenne

SOMMAIRE

1. Les principaux enseignements	4
2. Le périmètre direct des industries de la mode	9
3. Les effets indirects et induits des industries de la mode sur l'économie française	16
4. L'impact économique de la Fashion Week	20
5. Annexes	23

20,1 milliards d'euros de valeur ajoutée supplémentaires injecté indirectement dans l'économie française



- Au total, les effets indirects de l'activité de la filière mode s'élèvent à **20,1 Mds €** de valeur ajoutée, dont environ 34% (6,9 Mrds €) est imputable aux secteurs de fabrication, 5% aux activités commerciales (1,0 Mrd €), le solde de 60% (12,1 Mrds €) aux services connexes.
- Pour l'industrie du textile-habillement, les principaux **secteurs impactés** au regard du montant des consommations intermédiaires sont les services aux entreprises. Pour le commerce d'habillement et d'autres articles de mode, les principaux secteurs impactés sont majoritairement les activités de services, notamment l'ensemble transport et logistique, mais aussi les activités de communication, juridiques, comptables et de contrôle, ainsi que les activités administratives et de soutien aux entreprises, l'immobilier...
- L'application des ratios mesurant la valeur ajoutée par salarié permet de traduire ces résultats en termes d'effectifs équivalents temps plein. Les effets indirects correspondent ainsi à **284 000 emplois**.

Focus sur les service et le soutien aux entreprises

▪ Publicité :

- Estimation du poids de la filière de la mode dans les activités du secteur
 - Avec 1,34 milliard d'euros d'investissements publicitaire pour les activités liées à la mode et aux accessoires et plus de 2 milliards d'euros pour les industries de la beauté, la filière Mode et Création représente l'un des premiers secteurs en termes de retombées comme en témoignent les statistiques de l'Union des Annonceurs.
 - En 2015, la filière représentait l'un des premiers secteurs en termes d'investissements médias en France avec plus de 13% des budgets publicitaires en 2015.

▪ Autres secteurs liés à la filière Mode et Création :

- Un écosystème important gravite autour des industries créatives, qui constituent des viviers pour trouver des talents créatifs, mannequins, fournisseurs, étudiants...

	Valeur ajoutée (M€)	Emplois
Médias et agences	583	8 480
Salons professionnels	50	652
Agence de mannequins	114	588
Enseignement	40	591
Total	787	10 311

10,6 milliards d'effets induits via la consommation des salariés de la filière créative

Le montant des effets induits et leur traduction en emplois :

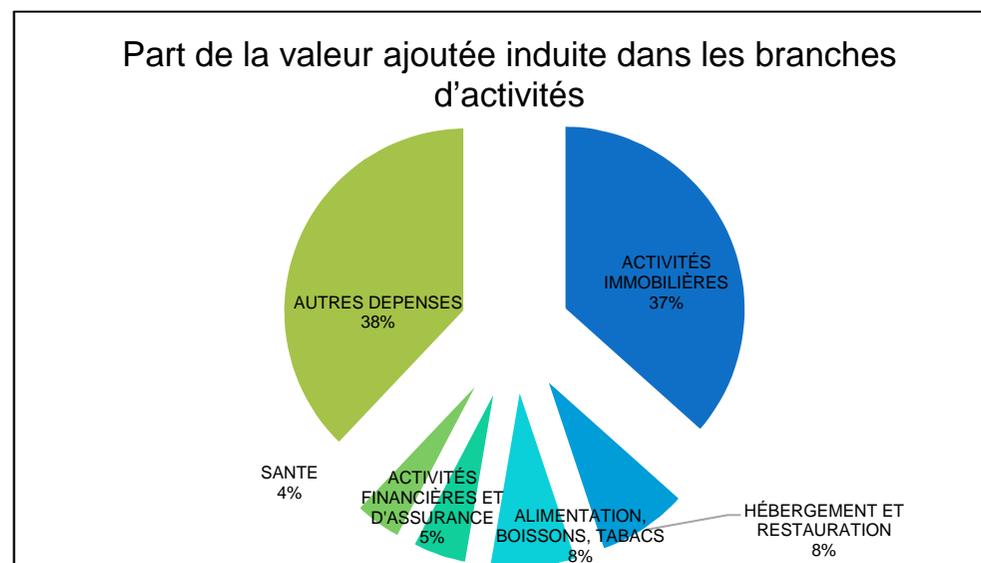
Au total, les effets induits de l'activité de la filière mode s'élèvent à **10,6 Mds € de valeur ajoutée**, dont environ 80% (8,4 Mds €) est imputable aux activités tertiaires, 17% aux secteurs de fabrication (1,8 Mds €), le solde de 1% (0,1 Md €) au commerce.

L'application des ratios mesurant la valeur ajoutée par salarié permet de traduire ces résultats en termes d'effectifs équivalents temps plein. Les effets indirects correspondent ainsi à 131 500 emplois.

Les activités impactées :

Parmi les **postes de dépenses de consommation impactés** à cette étape figurent notamment les activités tertiaires comme l'immobilier, la banque et l'assurance, l'ensemble hébergement-restauration.

Dans l'industrie, les secteurs agroalimentaires, textile-habillement, les matériels de transport et l'énergie sont les activités les plus affectées. L'impact final sur les activités de fabrication est réduit par le poids des importations.



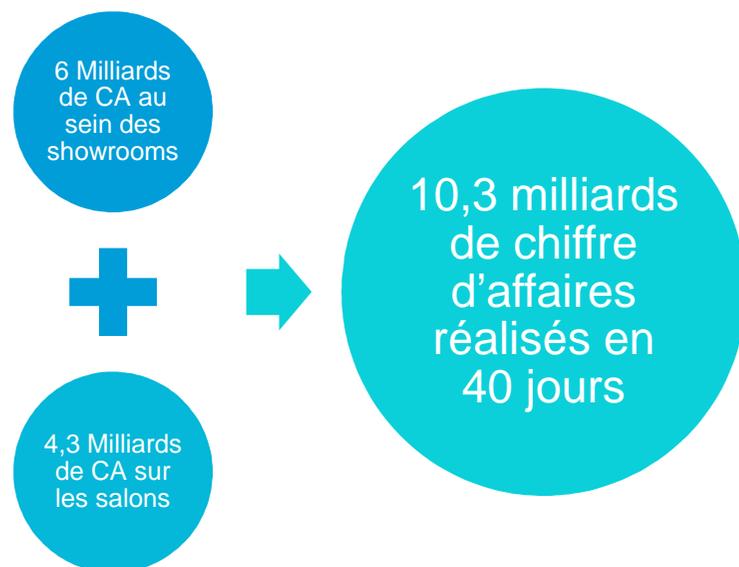
SOMMAIRE

1. Les principaux enseignements	4
2. Le périmètre direct des industries de la mode	9
3. Les effets indirects et induits des industries de la mode sur l'économie française	16
4. L'impact économique de la Fashion Week	20
5. Annexes	23

Un moment clé dans l'économie de la mode

- Une source d'activité importante pour les marques

- Plus de **300 défilés** par an,
27 salons sectoriels

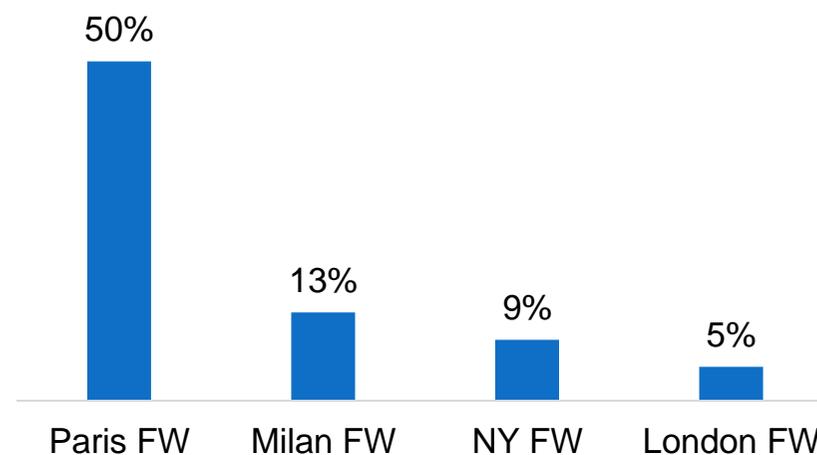


- Une source de rayonnement international

-60 nationalités parmi les participants

-75 % des marques exposants sur les salons du secteur **sont étrangères**

Pourcentage de marques étrangères



Des retombées significatives sur l'économie parisienne

■ Une source de revenus considérable pour de nombreuses industries et services

- **299 millions** d'euros investis par les Maisons pour l'organisation de leurs défilés et évènements

- **724 millions** d'euros de retombées sur l'économie parisienne du fait des salons Mode et Textile

- **140 millions** d'euros de dépenses de la part des participants des Fashion Week

	Dépenses des participants	Dépenses des Maisons
Défilés / showrooms / évènements	140 millions €	299 millions €
Salons	724 millions €	

■ Des visiteurs qui consomment

- **376 000 visiteurs** sur les salons Mode et Textile

- **5 000 visiteurs** à chaque fashion week

- Le triangle «St-Lazare/Opéra/Madeleine» constitue **le plus grand centre commercial d'Europe** avec un chiffre d'affaires de l'ordre de 2,5 milliards d'euros (source : Procos).

1,2 milliards d'euros de retombées générés par les marques et les visiteurs

SOMMAIRE

1. Les principaux enseignements	4
2. Le périmètre direct des industries de la mode	9
3. Les effets indirects et induits des industries de la mode sur l'économie française	16
4. L'impact économique de la Fashion Week	20
5. Annexes	23

Méthodes de chiffrage et d'estimation

Cette étude d'impact prend en considération les effets de la filière mode sur différents pans de l'économie française. Elle est la résultante d'une approche combinée visant à chiffrer les différentes dimensions de cet impact. Nous avons procédé en trois temps :

▪ Estimation des effets directs

- Les effets directs correspondent à la **valeur ajoutée créée par les entreprises** de fabrication d'articles de mode et les accessoires de mode. Il s'agit du cœur industriel de la filière. Les agrégats sont estimés à partir des données des principales enquêtes publiques menées auprès des entreprises, notamment l'enquête ESANE, ainsi que les Comptes du Commerce de l'INSEE.
- Dans cet ensemble, il est possible d'isoler l'activité économique réalisée par le secteur créatif constitué des principales marques et donneurs d'ordres installés sur le territoire français. Cette partie de l'analyse s'appuie sur la mobilisation des données issues de la base DIANE, qui recense les comptes sociaux des entreprises françaises.

▪ Estimation des effets indirects activités connexes

- Les effets induits correspondent aux **effets d'entraînement de la filière mode sur le reste de l'économie**. Ils sont estimés à partir du tableau des échanges interindustriels (TEI), lui-même extrait du tableau entrées-sorties (TES) de la Comptabilité Nationale de 2013. La traduction de ces effets induits en emplois est réalisée à partir des ratios sectoriels de valeur ajoutée par salarié.

▪ Estimation des effets induits

- L'activité économique générée par la filière de la mode contribue à celle de l'ensemble de l'économie, notamment par les **revenus distribués aux salariés de la filière**. Les effets d'entraînement sont estimés à partir des dépenses de consommation de cette sous-population.

Liste des codes de la nomenclature NAF entrant dans le champ « Mode et Création »

Code	Code2	A38	Libellé	Code	Code2	A38	Libellé
13.10Z	1310Z	CB	Préparation de fibres textiles et filature	46.69C	4669C	GZ	Commerce de gros (commerce interentreprises) de fournitures et équipements divers pour le commerce et les services
13.20Z	1320Z	CB	Tissage	47.11B	4711B	GZ	Commerce d'alimentation générale
13.30Z	1330Z	CB	Ennoblement textile	47.11D	4711D	GZ	Supermarchés
13.91Z	1391Z	CB	Fabrication d'étoffes à mailles	47.11E	4711E	GZ	Magasins multi-commerces
13.96Z	1396Z	CB	Fabrication d'autres textiles techniques et industriels	47.11F	4711F	GZ	Hypermarchés
13.99Z	1399Z	CB	Fabrication d'autres textiles n.c.a.	47.19A	4719A	GZ	Grands magasins
14.11Z	1411Z	CB	Fabrication de vêtements en cuir	47.19B	4719B	GZ	Autres commerces de détail en magasin non spécialisé
14.12Z	1412Z	CB	Fabrication de vêtements de travail	47.26Z	4726Z	GZ	Commerce de détail de produits à base de tabac en magasin spécialisé
14.13Z	1413Z	CB	Fabrication de vêtements de dessus	47.29Z	4729Z	GZ	Autres commerces de détail alimentaires en magasin spécialisé
14.14Z	1414Z	CB	Fabrication de vêtements de dessous	47.51Z	4751Z	GZ	Commerce de détail de textiles en magasin spécialisé
14.19Z	1419Z	CB	Fabrication d'autres vêtements et accessoires	47.64Z	4764Z	GZ	Commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé
14.20Z	1420Z	CB	Fabrication d'articles en fourrure	47.71Z	4771Z	GZ	Commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé
14.31Z	1431Z	CB	Fabrication d'articles chaussants à mailles	47.72A	4772A	GZ	Commerce de détail de la chaussure
14.39Z	1439Z	CB	Fabrication d'autres articles à mailles	47.72B	4772B	GZ	Commerce de détail de maroquinerie et d'articles de voyage
15.11Z	1511Z	CB	Apprêt et tannage des cuirs ; préparation et teinture des fourrures	47.73Z	4773Z	GZ	Commerce de détail de produits pharmaceutiques en magasin spécialisé
15.12Z	1512Z	CB	Fabrication d'articles de voyage, de maroquinerie et de sellerie	47.75Z	4775Z	GZ	Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté en magasin spécialisé
15.20Z	1520Z	CB	Fabrication de chaussures	47.77Z	4777Z	GZ	Commerce de détail d'articles d'horlogerie et de bijouterie en magasin spécialisé
20.42Z	2042Z	CE	Fabrication de parfums et de produits pour la toilette	47.78A	4778A	GZ	Commerces de détail d'optique
32.12Z	3212Z	CM	Fabrication d'articles de joaillerie et bijouterie	47.78C	4778C	GZ	Autres commerces de détail spécialisés divers
32.13Z	3213Z	CM	Fabrication d'articles de bijouterie fantaisie et articles similaires	47.79Z	4779Z	GZ	Commerce de détail de biens d'occasion en magasin
32.50B	3250B	CM	Fabrication de lunettes	47.82Z	4782Z	GZ	Commerce de détail de textiles, d'habillement et de chaussures sur éventaires et marchés
46.16Z	4616Z	GZ	Intermédiaires du commerce en textiles, habillement, fourrures, chaussures et articles en cuir	47.89Z	4789Z	GZ	Autres commerces de détail sur éventaires et marchés
46.24Z	4624Z	GZ	Commerce de gros (commerce interentreprises) de cuirs et peaux	47.91A	4791A	GZ	Vente à distance sur catalogue général
46.41Z	4641Z	GZ	Commerce de gros (commerce interentreprises) de textiles	47.91B	4791B	GZ	Vente à distance sur catalogue spécialisé
46.42Z	4642Z	GZ	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'habillement et de chaussures	47.99A	4799A	GZ	Vente à domicile
46.45Z	4645Z	GZ	Commerce de gros (commerce interentreprises) de parfumerie et de produits de beauté	95.23Z	9523Z	SZ	Réparation de chaussures et d'articles en cuir
46.48Z	4648Z	GZ	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'articles d'horlogerie et de bijouterie	95.25Z	9525Z	SZ	Réparation d'articles d'horlogerie et de bijouterie

NB : les données relatives à ces secteurs ont été pondérées selon le poids des activités concernées par cette étude (vêtements, accessoires, parfums, cosmétiques...)

L'estimation des effets directs dans les activités connexes

Estimation de la part de l'activité liée à la mode dans les différentes formes de commerces

- L'estimation est réalisée à partir de la segmentation par produits des ventes de détail réalisées par les différentes catégories d'opérateurs du commerce proposée dans les Comptes Nationaux du Commerce (2014). Le tableau ci-dessous reprend ces principaux résultats qui permettent d'obtenir une part affectable de l'activité de chaque type de commerce.

Ventes de détail en millions d'euros – Source : INSEE, rapport sur les Comptes du Commerce, 2014.

	Habillement	Chaussures	Maroquinerie, articles de voyage	Parfumerie et produits d'hygiène	Optique et photographie	Horlogerie, bijouterie	Ensemble des 6 produits	Ensemble	Part affectable
Commerces alimentaires spécialisés	16	2	0	409	3	3	433	43 600	1,0%
Hypermarchés	2 259	537	47	5 585	414	206	9 048	104 309	8,7%
Supermarchés	539	152	10	2 913	55	14	3 683	72 754	5,1%
Magasins multi-commerces	6	0	1	14	0	0	21	2 973	0,7%
Commerces d'alimentation générale	14	3	1	119	2	1	140	6 125	2,3%
Supérettes	31	8	1	228	5	2	275	7 160	3,8%
Textile	248	0	0	1	0	0	249	1 094	22,8%
Tapis-moquette	11	0	0	0	0	0	11	744	1,5%
Articles de sport	1 403	12	0	1	0	0	1 416	9 549	14,8%
Habillement	26 612	2 078	508	149	27	19	29 393	30 081	97,7%
Chaussure	310	5 007	366	2	1	0	5 686	5 716	99,5%
Maroquinerie et articles de voyage	161	105	1 910	29	0	11	2 216	2 241	98,9%
Parfumerie et produits de beauté	3	1	1	5 111	1	0	5 117	6 023	85,0%
Horlogerie-Bijouterie	20	11	14	11	6	4 029	4 091	4 509	90,7%
Autres commerces de détail spécialisé	373	20	5	102	272	48	820	6 642	12,3%
Optique-photographie	3	1	0	1	6 150	56	6 211	6 275	99,0%
Commerce de biens d'occasion	52	1	0	2	2	1	58	1 982	2,9%
Pharmacies	46	12	3	1 958	14	4	2 037	41 641	4,9%

Synthèse des données recueillies

	Emploi	VA <i>(en millions d'€)</i>	VA / tête <i>(pour 1000)</i>	CA <i>(en millions d'€)</i>	CA à l'export <i>(en millions d'€)</i>
Fabrication	135 548	9 684,8	71,4	32 893,3	13 775,2
Matières premières	22 381	1 259,3	56,3	4 356,2	1 866,5
Vêtements	39 244	2 031,7	51,8	7 610,6	2 181,8
Chaussures et cuir (y.c fourrure)	8 501	644,7	75,8	2 011,6	848,8
Maroquinerie	18 510	1 534,1	82,9	4 232,0	2 023,6
Horlogerie & Bijoux	7 977	556,9	69,8	1 968,8	932,2
Optique	7 274	700,1	96,2	1 609,9	663,5
Cosmétiques & Parfum	31 661	2 958,0	93,4	11 104,2	5 258,8
Vente au détail	362 059	16 912,4	46,7	73 826,7	4 514,3
Vêtements	195 844	8 381,5	42,8	36 832,0	2 305,3
Cuir-chaussure	34 950	1 560,1	44,6	6 760,4	292,9
Maroquinerie	9 862	660,9	67,0	2 719,6	625,5
Horlogerie & Bijoux	18 714	1 136,4	60,7	4 149,8	706,0
Optique	35 120	2 161,0	61,5	6 527,9	88,0
Cosmétiques & Parfum	67 569	3 012,4	44,6	16 837,0	496,6
Vente en gros	79 712	9 622,4	120,7	43 117,3	14 932,2
Vêtements	36 587	4 393,6	120,1	18 340,9	6 023,0
Cuir-chaussure-maroquinerie	9 668	1 191,4	123,2	5 914,9	2 221,6
Horlogerie & Bijoux	3 814	323,2	84,7	1 967,3	707,5
Cosmétiques & Parfum	28 307	3 598,3	127,1	16 333,2	5 921,6
Équipement	1 336	116,0	86,9	561,0	58,5

Source : INSEE ESANE, INSEE Comptes nationaux du commerce

L'absence d'éléments de comparaison internationale

■ Royaume-Uni

L'enquête menée par le **British Fashion Council** concernant le poids de l'industrie britannique de la mode peut dans une certaine mesure servir de référence à ce travail. Ce travail établit que l'industrie de la mode, entendue au sens large (habillement, accessoires, parfums, cosmétiques...) représentait **26 milliards de £ en termes de Valeur Ajoutée** en 2014 dont 66% proviennent du secteur de la vente au détail.

■ Italie

Les données sur l'industrie de la mode italienne sont fournies par **Sistema Moda Italia**. Celles-ci font état pour le seul textile-habillement d'un chiffre d'affaires de **52 Mds €** et de plus de **400 000 emplois directs** en 2014.

■ Etats-Unis

Un rapport pour le congrès américain sur l'impact économique des industries de la mode avance le chiffre de 1,7 millions d'emplois liés à la filière, dont 83% appartiennent au secteur de la vente au détail. L'étude recense également 17 370 designers de mode aux Etats-Unis. Ce travail qui dénombre le nombre de salariés du secteur ne donne hélas aucune indication sur l'activité réalisée par les acteurs de la mode américaine.