



# LES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES DE LA MODE ET DE L'HABILLEMENT À VOTRE SERVICE

UFIMH  
UNION FRANÇAISE DES INDUSTRIES  
MODE & HABILLEMENT

Avec le soutien de



# Une mission et organisation dédiées aux acteurs de la filière

Créée en 1946, l'Union Française des Industries Mode et Habillement est une institution représentative des acteurs de la mode et de l'habillement. En rassemblant 3 fédérations, 10 syndicats régionaux et le Groupement de la Fabrication Française (GFF), l'UFIMH défend les intérêts de tous les acteurs de la filière.

En tant que porte-parole des acteurs du secteur de la mode et de l'habillement, l'UFIMH a pour mission de porter et de défendre les intérêts des entreprises adhérentes dans différents domaines. Dans un contexte d'évolution permanente du cadre réglementaire et des particularités du marché, elle accompagne les entreprises selon 3 axes.



## REPRÉSENTER

L'UFIMH entretient un dialogue permanent avec les institutionnels publics (DGE, ministères, parlementaires, Commission européenne) et les autres partenaires tels que le MEDEF, le Comité Stratégique de Filière Mode et Luxe (CSF), le DEFI, l'OPCO 2i, l'IFTH, l'IFM, RE-FASHION France Industries Créatives, EURATEX.

Ce lobbying s'exerce dans le domaine :

- économique et international (loi AGECE, loi climat & résilience, devoir de vigilance, green-deal, marquage d'origine, made in France, réglementation des soldes, crédit impôt collection, etc.),
- social avec la négociation des accords conventionnels avec les partenaires sociaux (salaires, formation professionnelle, commission de validation, etc.).



## ACCOMPAGNER

L'UFIMH met ses experts au service de l'entreprise adhérente, en direct ou au travers de ses syndicats de région.

- **Le conseil juridique** (convention collective, social, fiscal, économique, droit des affaires),
- **La formation initiale et continue** : accords conventionnels, outils (CQP, CQPI, Cursus Labellisés...) OPCO2i, Education Nationale,
- **La promotion**, avec des actions à l'international pilotées par les Fédérations. Les entreprises cotisantes au DEFI (le Comité de promotion et de développement des entreprises) bénéficient en complément d'aides financières au développement digital et à la RSE.



## ANIMER

À travers de nombreux événements, les syndicats régionaux regroupés au sein de l'UFIMH offrent aux adhérents la possibilité de développer leur réseau. Les moments et les formes d'échanges varient selon les régions et peuvent prendre la forme de commissions dédiées à certaines thématiques ou zones géographiques. Les assemblées générales et autres événements sont aussi des moments propices au développement de liens utiles à l'activité de chacun.

Au sein des Fédérations, les marques peuvent consulter des équipes professionnelles qui organisent de nombreuses animations en lien avec les Salons nationaux et internationaux, l'actualité réglementaire, les évolutions de marché, et l'accompagnement à l'entrepreneuriat.

Le GFF est le groupement référent pour les fabricants français et propose des actions spécifiques liées aux recrutements, à la démarche RSE, à la formation au digital ainsi qu'à la valorisation des métiers et des formations auprès des jeunes, du grand public et des formateurs.

# L'organisation de la filière



« Notre organisation est au service de la profession dans toute la diversité de ses entreprises, en particulier en tant que relais actif avec le gouvernement. Nous avons identifié de nombreux chantiers prioritaires dont l'innovation, la formation, la transformation des outils de fabrication, la digitalisation de la distribution, mais aussi la RSE pour répondre aux nouveaux enjeux économiques. »

**Sylvie Chailloux,**

Présidente de l'UFIMH, Présidente du Groupement de la Fabrication Française et co-dirigeante de Textile du Maine

**3**  
fédérations

**10**  
syndicats  
en région

**32 000**  
emplois au sein  
des industries  
françaises de  
l'habillement

dont **11 000**  
au sein des  
façonniers

**15**  
milliards  
d'euros de chiffre  
d'affaires

/ UFIMH

## La défense des intérêts de nos adhérents auprès des pouvoirs publics

Au plus près de son marché, tout l'écosystème de l'UFIMH a cette capacité à prendre en compte les réalités de ses entreprises adhérentes pour faire remonter aux ministères les difficultés de mise en œuvre de la législation dans les entreprises et faire des propositions d'améliorations des textes.

### Transformer les contraintes réglementaires en opportunités

Ainsi la loi AGEC de 2020, anti-gaspillage pour une économie circulaire, est un important coup d'accélérateur pour la transition écologique. Après un temps d'appropriation du texte, des guides ont été rédigés ainsi que l'enrichissement de réponses aux FAQ.

L'UFIMH et ses Fédérations s'emploient à identifier les solutions éprouvées pour guider les entreprises qui auront besoin de repenser leur organisation pour investir dans des outils de traçabilité. Ce texte a en effet fait émerger de nouvelles dispositions qui ciblent spécifiquement la filière de la mode et de l'habillement.

### / L'expérimentation de l'« Ecodesign Score » pour une mode durable

La loi Climat et Résilience de 2021 a également prévu l'instauration d'un affichage environnemental portant sur les impacts environnementaux et éventuellement sur le respect de critères sociaux.

Très mobilisés, les experts UFIMH et des fédérations ont participé, aux côtés du DEFI, à la construction d'une méthode nommée ECODSIGN SCORE (EDS). Remise à l'ADEME en 2022, elle s'appuie sur la méthode ADEME et certains apports de la Commission Européenne. Elle se différencie d'autres méthodes en lice en proposant un socle supplémentaire incluant des paramètres d'éco-conception et de traçabilité. Son but est d'être à la fois simple, lisible et adapté aux PME, et de valoriser tous les efforts réalisés sur la chaîne de valeur.

Un test d'expérimentation avec 14 entreprises s'est terminé en septembre 2022 et a notamment fait l'objet d'une enquête face-à-face en magasins pour recueillir les témoignages des consommateurs. Prochaine étape en septembre 2023 avec la présentation d'une version BETA par l'ADEME et le CGDD, basé sur les 8 indicateurs retenus par la Secrétaire d'Etat à l'Ecologie, et avec de nouvelles expérimentations par les entreprises volontaires.



*« Pour nous placer comme un acteur de la mode durable, nous avons besoin d'intégrer la réutilisation et la circularité dans les scores de l'étiquette comme nous le faisons actuellement avec l'expérimentation de l'« Ecodesign Score. »*



**Sophie Pineau,**  
Dirigeante de GETEX  
et Présidente de  
MODE GRAND OUEST



## La création du label « Les ateliers engagés »

Confrontés à l'évolution législative et réglementaire croissante, à la demande des donneurs d'ordre et aux attentes des consommateurs d'une mode plus durable, les façonniers français ont souhaité améliorer et faire valoir leurs engagements responsables en travaillant collectivement à l'élaboration d'un label : « **Les Ateliers Engagés** ».

Cette réflexion a été initiée par le Groupement de la Fabrication française (GFF). Ce label se structure autour de 6 critères – gouvernance, chaîne de valeur, empreinte sociale, environnementale, territoriale et enfin, auprès des consommateurs – et s'appuie sur la norme ISO 26000. Il vient différencier les façonniers français porteurs d'une démarche sociale et environnementale. Clients et collaborateurs font partie intégrante de la démarche.

*« Il était fondamental de créer un label RSE dédié à nos ateliers et qui puisse prendre en compte l'ensemble de nos spécificités métiers. »*

*Les enjeux sont nombreux mais le premier d'entre eux est de conserver nos clients et de conquérir de nouveaux marchés en s'appuyant sur la norme ISO 26000, au cœur des préoccupations actuelles. »*

**Philippe et Romain Hache,**  
Dirigeants de Macosa Lingerie.

## Le renforcement des compétences liées à la durabilité et la responsabilité

Afin de contribuer au développement d'une mode durable et responsable, l'UFIMH et son écosystème s'impliquent pour l'émergence d'une nouvelle offre de formation qui répond aux évolutions du marché. En effet, il est nécessaire de renforcer les connaissances et le savoir-faire dans des sujets tels que l'éco-conception, le recyclage des invendus ou l'étiquetage pour être en adéquation avec les attentes réglementaires et sociétales.

A titre d'exemple, le syndicat de la Région Auvergne-Rhône-Alpes a mis en place, en 2021, en coordination avec l'Education Nationale, une Formation Complémentaire d'Initiative Locale (FCIL) sur des socles de compétences clés comme l'identification des matières et des produits, la connaissance des circuits de valorisation, l'upcycling et l'économie circulaire. Cette formation post-bac est inscrite à Parcoursup et accueille des candidats de la France entière.

## Promouvoir la fabrication française durable dans les appels d'offres publics

Dans le cadre de la loi « **Climat et résilience** », les acheteurs publics devront prendre en compte, d'ici 2026, les enjeux environnementaux et sociaux dans les spécifications techniques du besoin, les conditions d'exécution et les critères d'attribution des marchés publics.



L'UFIMH, la FACIM et le CSF ont mené une initiative pour promouvoir la fabrication française durable et responsable. En lien avec le Ministère de l'Economie, des Finances et de la Souveraineté Industrielle et Numérique, un guide a été élaboré pour informer sur l'ensemble de la chaîne de valeur et encourager les acheteurs publics à prendre en compte d'autres facteurs que le prix dans leurs prises de décisions.

[maisondusavoirfaire.com/marches-publics-pour-les-donneurs-ordres](https://maisondusavoirfaire.com/marches-publics-pour-les-donneurs-ordres)

## Répondre aux besoins de recrutement et de formation du secteur

Pour adapter un cadre réglementaire complexe aux réalités et besoins du terrain, les équipes chargées du dialogue social sont fortement mobilisées sur le sujet de la formation et notamment sur la mise en place de dispositifs de qualification et de certifications en phase avec les évolutions des métiers.

Cet engagement au service des besoins en recrutement des acteurs de la filière se traduit par des initiatives diverses comme :



✓ **le pilotage d'études sectorielles** pour mieux comprendre les besoins d'évolution des compétences en fonction des avancées du secteur. La dernière réalisée a permis de soulever les besoins en « *softkills* », comme la gestion du travail à distance des équipes.



✓ **la mise en place de dispositifs réglementaires de branche avec des politiques de certification.** Un travail est en cours avec les différents ministères et les partenaires sociaux sur la refonte du Bac Pro 'Métiers de la Mode' et du certificat de qualification professionnelle (CQP).



✓ **la définition des plans opérationnels liés à l'alternance et la formation continue.** L'UFIMH a pour vocation de fixer les priorités et organiser des modalités pour renforcer l'adéquation entre la formation et l'emploi afin d'outiller les entreprises dans leur développement.



✓ **la conduite de l'accord « mesures d'urgence ».** Entre 2021 et 2023, celui-ci a permis de mettre en place un budget alloué par l'OPCO2i estimé à 1,5 M€.

*« Notre rôle est d'identifier des dispositifs simples à mettre en œuvre, en particulier pour les PME, et d'en faire une communication claire et organisée selon un calendrier défini pour que toutes les entreprises puissent y avoir accès facilement. »*



**Laurent Vandendorp,**

Directeur National délégué à la formation au sein de UFIMH et Délégué Général de MODE GRAND OUEST.

## Quelques chiffres clés UFIMH sur le financement de la formation en 2022 :

✓ **LES CONTRATS PROFESSIONNELS :**

**3 M€**

dont ont bénéficié  
130 entreprises

**+ 500**

contrats professionnels

✓ **L'APPRENTISSAGE :**

**15 M€**

dont ont bénéficié  
525 entreprises

**1 230**

contrats

# Accompagner les entreprises dans leurs enjeux de développement

Face à une concurrence accrue, les marques et confectionneurs français ont besoin de se différencier, d'innover, et d'élaborer de nouveaux modèles de compétitivité. Le rôle des syndicats régionaux et des fédérations de la mode et de l'habillement est de les accompagner dans ces démarches en leur mettant à disposition des solutions agiles pour les aider dans leur développement.

## Le soutien aux marques

### Aide à une meilleure visibilité internationale



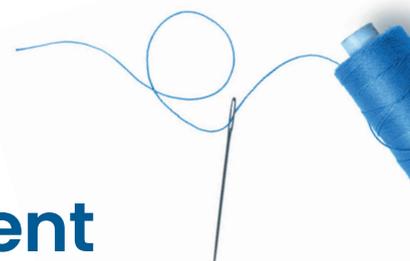
Un des grands défis pour les marques est de réussir à passer d'un circuit de distribution au niveau national à l'international. La Fédération Française du Prêt à Porter Féminin & Promas international, avec le soutien du DEFI, soutiennent et accompagnent plus de 450 marques françaises sur plus de 10 marchés internationaux. Chaque année, ils identifient les marchés les plus porteurs et communiquent sur les salons, les showrooms et les opérations des pays ciblés.

L'aide se porte sur les frais de participation aux salons mais également sur le budget d'aménagement du stand.

### Soutien à la jeune création

Les syndicats régionaux et fédérations de la mode et de l'habillement soutiennent la jeune création ainsi que les marques en leur proposant des programmes sur-mesure pour les accompagner dans les différents stades de développement de leur projet : juridique, stratégique, distribution, réglementaire... C'est le cas de TALENTS, porté par la Fédération Française du Prêt à Porter Féminin (FFPAPF) et financé par DEFI, qui propose un programme d'accélération personnalisé. Chaque année, 5 marques sont accompagnées à travers des séances de coaching individuel, de coaching avec des experts sur des thématiques précises et des masterclass. Ce programme permet également à la jeune création de faire partie d'un réseau avec des grands noms du secteur qui viennent partager leur expérience notamment sur des enjeux forts comme la distribution, digitalisation ou encore l'éco-responsabilité. En parallèle de cet accompagnement, la FFPAPF propose des séances de coaching individuels qui peuvent aller du juridique, au marketing, en passant par la RSE en fonction des besoins spécifiques des marques.

Grâce à ce type d'initiative, les dirigeantes et dirigeants, adhérents de syndicats régionaux, bénéficient d'un parcours totalement personnalisé pour émerger auprès des consommateurs.



Le programme TALENTS en chiffres :

140

experts & chefs d'entreprise impliqués dans le programme

29

talents depuis la création du programme

30

séances de coaching dans l'année

ÊTRE ACCOMPAGNÉ



« L'accompagnement Talents m'a permis de concrétiser ma vision en plan d'action, avec le juste dosage des coachs entre forte exigence et développement de la confiance en soi. »



Charlotte Dereux,  
Fondatrice de PATINE



La PLATEFORME en chiffres :

**+ 200**  
critères  
de recherche  
répartis en 12  
catégories

**+ 450**  
fiches entreprises  
détaillées

**+ 30**  
labels  
pour une production  
durable

Financement  
par le DEFI



## Le soutien à la fabrication française

**MAISON  
& DU SAVOIR-FAIRE  
DE LA CREATION**

La Maison du Savoir-Faire et de la Création est une structure d'intérêt général affiliée à l'UFIMH, au service des acteurs de la filière mode et habillement. Soutenue par le DEFI, elle a été initiée en 2011 par les organisations professionnelles du secteur. Son objectif principal est de créer du lien entre fabricants et marques pour faire rayonner le made in France. Grâce à sa plateforme, elle facilite la mise en relation entre donneurs d'ordres et fabricants pour favoriser une production locale, qui préserve les savoir-faire et fait vivre les territoires. Elle participe ainsi à la renaissance de la filière habillement, tout en s'inscrivant dans une démarche durable.

Les marques et les jeunes créateurs peuvent également suivre des accompagnements personnalisés pour les aider à définir leur cahier des charges et trouver les bons partenaires.

*« En 2023, nous avons créé un forum d'échange sur la nouvelle plateforme optimisée de la Maison du Savoir-Faire et de la Création. Cet espace permet aux professionnels du secteur de s'entraider et d'échanger sur des bonnes pratiques comme la recherche de capacités de production, l'approvisionnement, le développement, la RSE ou encore la communication. »*



**Laurent Marck,**

*Pilote de la commission relocalisation à l'UFIMH et Directeur Général de Marck & Balsan.*



## Objectif Made in France X Bpifrance

Pour soutenir les marques qui souhaitent relocaliser toute ou une partie de leur production sur le territoire, La Maison du Savoir Faire et de la Création est aux côtés de la Bpifrance sur le programme 2023 « Objectif Made In France » en partenariat avec le DEFI.

**Chaque année 10 acteurs seront sélectionnés pour suivre ce programme. Il y a deux parcours, un dédié aux marques et un autre pour les fabricants.**

## L'innovation au service de la fabrication française grâce à Innofabmod

De nombreux facteurs amènent les entreprises de la filière à relocaliser et à se tourner vers une production locale : recherche de savoir-faire techniques, traçabilité des productions, retour au circuit court, pression des consommateurs pour une offre durable... Cette dynamique doit s'accompagner d'une modernisation des outils qui passe par des projets d'envergure de digitalisation et d'automatisation pour développer des usines 4.0. C'est autour de cette réflexion que le projet « Innofabmod », porté par l'Institut français du textile et de l'habillement (IFTH) et financé par la Région de la Loire et le Fond Européen du FEDER, a vu le jour en 2018.

2023 sera consacrée à la dissémination des résultats de la Recherche et Développement pour apporter à la filière les savoirs et le savoir-faire nécessaires dans l'automatisation, la digitalisation, la cobotique, sans oublier les évolutions managériales qui doivent s'adapter aux nouveaux métiers.

*« L'intégration de nouveaux outils tournés vers une usine 4.0 contribue également à attirer les jeunes diplômés désireux d'évoluer dans des industries innovantes et modernes. »*



**Jacques Martin-Lalande,**  
Vice-Président du Groupement de la Fabrication Française et Président de la société FIM (France Inter Mode).





## La campagne « *Savoir pour faire* »



« *Savoir pour Faire, une rencontre un métier* », est une campagne lancée en 2020, dont l'objectif est de valoriser les savoir-faire de la filière française de la mode et du luxe. Les informations liées aux formations ainsi que les opportunités de carrière liées à ces métiers permettent d'informer un large public (jeunes, demandeurs d'emploi ou personnes en reconversion) souhaitant rejoindre une filière qui compte plus de **600 000 emplois directs en France**.

La plateforme, qui a enregistré plus de 9 millions de visiteurs depuis 2020, offre également la possibilité de recueillir des offres d'emplois et des candidatures grâce aux partenariats avec les différentes organisations dédiées au retour à l'emploi.



**Pour plus d'informations : [savoirdesavoir.fr/savoir-pour-faire](https://savoirdesavoir.fr/savoir-pour-faire)**



# UFIMH

## Intégrer un réseau

L'adhésion à l'UFIMH et aux Fédérations (Masculine, Féminine, Enfant, accessoires) existe dès qu'une entreprise rejoint un syndicat régional. De façon automatique, l'adhérent peut bénéficier pleinement des actions et des informations générées par les experts, d'un partage de bonnes pratiques et d'un networking renforcé. Les chefs d'entreprises, parfois victimes de la « solitude de l'entrepreneur », se retrouvent ainsi aux côtés de leurs pairs pour s'inspirer, échanger sur des problématiques rencontrées ou simplement interagir avec d'autres entrepreneurs exerçant dans le même domaine d'activité.

Il est également possible pour le dirigeant ou l'un de ses collaborateurs de rejoindre une commission de travail (Commission RSE-Innovation, Commission Sociale et formation Commission Marques pour définir les attendus des adhérents).

### Des moments d'échange variés selon les territoires

De nombreux syndicats régionaux proposent aux adhérents des temps dédiés afin de développer leur réseau et enrichir les opportunités au niveau professionnel mais également personnel. Certains invitent et regroupent leurs adhérents lors d'assemblées générales en les accueillant dans leur structure tandis que d'autres mettent en place des sessions de formations dédiées à des compétences transverses (RH, RSE, formation, recrutement...) avec des temps de réseautage.



### Quelques exemples d'animation en région

#### "Les 5 à 7" en Région Hauts-de-France

« Partant du constat que les entreprises de la région cherchaient de plus en plus à travailler avec des acteurs locaux, nous avons mis en place « Les 5 à 7 ». Lors de ces rendez-vous, des experts viennent partager leurs savoirs autour de la formation, des RH et de l'économie du secteur, pour accompagner les entreprises dans leur développement. Ces temps sont toujours suivis d'un moment plus informel destiné à créer des liens entre fabricants et confectionneurs. »



**Eric Mezin,**  
Délégué Général de l'UITH.

#### Les rencontres thématiques et la « Fashion Summer Session » en Région Auvergne-Rhône-Alpes

« Tout au long de l'année nous organisons des réunions syndicales et thématiques en région sur des sujets identifiés en co-construction avec nos adhérents afin d'échanger le plus fréquemment possible. Nous accueillons également 15 étudiants étrangers dans le cadre du programme annuel « Fashion Summer Session » durant lequel ils découvrent l'univers de la mode française avec des visites de sites et des rencontres de dirigeants. C'est l'occasion pour les entreprises de la région de faire rayonner leur marque à l'étranger en identifiant des futurs porte-paroles et potentiels relais sur leurs marchés cibles. »



**Pierre-Jacques Brivet,**  
Président au sein de Mode-Habillement AURA / Modalyon

# Comment rejoindre notre réseau ?

POUR PLUS D'INFORMATIONS :  
Réseau régional | Union Française Mode & Habillement



**UFIMH**  
UNION FRANÇAISE DES INDUSTRIES  
MODE & HABILLEMENT

Union Française des Industries  
Mode & Habillement

8 rue Montesquieu - 75001 PARIS  
T. 01 44 55 66 60



Avec le soutien de



## LES SYNDICATS EN RÉGION

