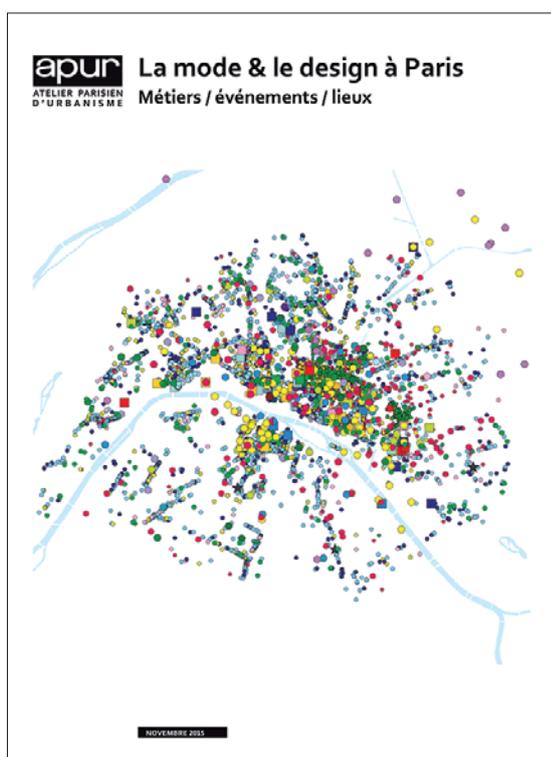


La mode & le design à Paris

Métiers / événements / lieux



Sommaire de l'étude :

Introduction

1. La mode à Paris

La Haute couture, écosystème unique et complet du centre de Paris
Le prêt à porter de luxe
Le prêt-à-porter « créateur », défricheur et inventeur de tendance
Le prêt-à-porter pour toutEs

2. Le design à Paris

Les métiers de la conception
L'écosystème du design à Paris
Paris et sa Métropole, au rythme du design

3. Les lieux clefs de l'écosystème

Des lieux de formation
Quelques lieux emblématiques

Conclusion

Annexe : vers une consommation hybride de la mode ?

Paris, vitrine incontournable de la mode? Le design *made in France*, image de la puissance économique de Paris? Ce rayonnement international est-il toujours aussi solide à l'heure de la mondialisation et d'une concurrence internationale exacerbée, notamment avec Milan, Londres, New-York, Tokyo...

L'étude présente les écosystèmes de la mode et du design par l'implantation des activités économiques au cœur de Paris et de sa métropole. Ces secteurs économiques se révèlent particulièrement multiformes et intégrés à l'ensemble de l'activité économique parisienne. Il s'agit de comprendre les activités de la mode et le design dans leur ensemble : sous l'angle des différents métiers, des plus anciens aux plus novateurs; des événements incontournables structurés par un calendrier de rendez-vous phares qui animent le centre de la métropole parisienne; de ses écoles et institutions de formation, des lieux emblématiques qui font de Paris une plateforme majeure et qui propulsent sur la scène internationale, une certaine identité du chic à la française. La haute cou-

ture est certes le symbole de la mode *made in France*, modèle unique en son genre mais s'apparente également à un laboratoire de recherche qui se décline ensuite sur l'ensemble des secteurs de la mode.

Systèmes créatifs, la mode et le design reposent sur des savoir-faire parfois d'excellence dont la notoriété internationale prend sa source sur pléthores d'ateliers d'artisanat d'art, de PME-PMI, voire de TPE intégrés dans la densité du tissu urbain parisien. L'offre commerciale se décline également sur une palette particulièrement riche, des grandes Maisons de luxe, totems des avenues les plus prestigieuses de Paris aux grandes chaînes de fast-fashion (rotation très rapide des collections présentées en boutique) en passant par le prêt-à-porter et toutes ses déclinaisons, sans oublier les concepts stores qui innovent autant dans leur implantation territoriale que par la configuration de leurs locaux, par les mélanges de produits offerts en direction d'une clientèle parisienne et touristique notamment étrangère. De nouvelles manières de consommer la mode et le design en découlent.

L'écosystème de la mode à Paris

L'écosystème de la mode alimente encore aujourd'hui l'image de Paris comme *capitale de la mode* : Passage incontournable des défilés les plus prestigieux, rayonnement inépuisable des grandes Maisons du luxe *made in France*, recherche d'une adresse parisienne pour un siège social, richesse de ses écoles créatrices de nombreux talents, une présence encore fourmillante d'atelier de métiers d'art dont le savoir-faire est parfois unique et reconnu pour l'exception de sa qualité, une présence d'institutions emblématiques dont la promotion contribue au renom de l'image de Paris et à la vitalité de ses secteurs économiques, un renouvellement de lieux de distributions toujours plus inventifs... Le secteur de la mode se décline en différentes activités relativement segmentées et complémentaires (de la Haute couture au prêt-à-porter bas de gamme). Chaque modèle possède non seulement son fonctionnement propre, mais sa géographie s'inscrit différemment dans le tissu parisien singulièrement dense. Le prêt-à-porter est un vaste concept qui recouvre différents produits, de ceux distribués par des boutiques bas de gamme à la conception de pièce luxueuse et unique de Grande Maison de Haute Couture, locomotive de l'innovation créative qui rejaillit sur l'ensemble des secteurs de la mode.

La Haute couture, écosystème unique et complet du centre de Paris

La haute couture demeure une activité de prestige et de laboratoire de recherche. Les critères de sélection juridiquement protégés ne génèrent que très peu d'élus parmi les maisons de mode du luxe. Ces dernières se concentrent géographiquement autour d'avenues prestigieuses du centre-ouest parisien (l'avenue Montaigne en est le principal symbole) nonobstant le départ des ateliers Hermès et Chanel à Pantin (93).

La fashion week au cœur de Paris, proche de la Seine

Les activités Haute couture se déclinent sous plusieurs formes, mais en termes d'image notamment à l'international, deviennent la vitrine de Paris lors des événements qui lui sont consacrés et plus spécifiquement

lors des défilés de la fashion week.

Véritable marronnier, ce marathon des défilés se déroule sur deux temps forts de l'année, en janvier et juillet et se concentre géographiquement dans le centre de Paris, pour plus de lisibilité, de facilité logistique et moins de perte de temps de transport d'un défilé à l'autre.

Le prêt-à-porter du luxe

À travers ses boutiques de luxes, l'activité économique est toujours vive *intra-muros*, notamment par la présence de façonniers, mais aussi à travers les nombreux défilés. Reflet de cette vitalité du luxe, Paris reste une vitrine incontournable des savoir-faire de la mode à la française, mais aussi des collections étrangères.

Le prêt-à-porter « créateur », défricheur et inventeur de tendance

Les marques de prêt-à-porter « créateur » se positionnent du haut au moyen de gamme. Elles se veulent inventives certes dans la qualité des produits, mais aussi dans la configuration et la localisation de leurs boutiques (concept store, pop-up store), installées progressivement dans des quartiers parisiens du centre est, voire du nord est, sous la pression du prix de l'immobilier et une certaine envie de se démarquer de l'offre traditionnelle. Ces marques peuvent être distribuées également chez des détaillants indépendants ou des multimarques. Elles représentent de véritables curators pour des produits de niches et une clientèle en recherche de nouveauté et d'exception.

Le prêt-à-porter à pour toutEs

La naissance d'une nouvelle façon de concevoir, de vendre et de consommer le vêtement a profondément bouleversé l'écosystème du prêt-à-porter bas de gamme ces dernières décennies. Si une stabilité des commerces du prêt-à-porter se maintient, la distribution du prêt-à-porter bas de gamme, est progressivement en perte de vitesse, tout comme la fabrication à Paris. L'évolution du tissu de commerce de gros montre un déplacement partiel des ateliers du sentier vers ceux d'Aubervilliers. Néanmoins, une étude complémentaire permettra de mettre en lumière la vivacité de ces ateliers de fabrication dans le centre de Paris, ainsi que la nature de leurs activités.

L'écosystème du design à Paris

Paris fait également figure de laboratoire et de locomotive du design français, sans pour autant que la fabrication industrielle n'y trouve une place significative. Selon l'APCI, les activités du design sont particulièrement concentrées en Île de France, avec la présence de la moitié des structures françaises et les deux-tiers des emplois salariés.

Les métiers de la conception

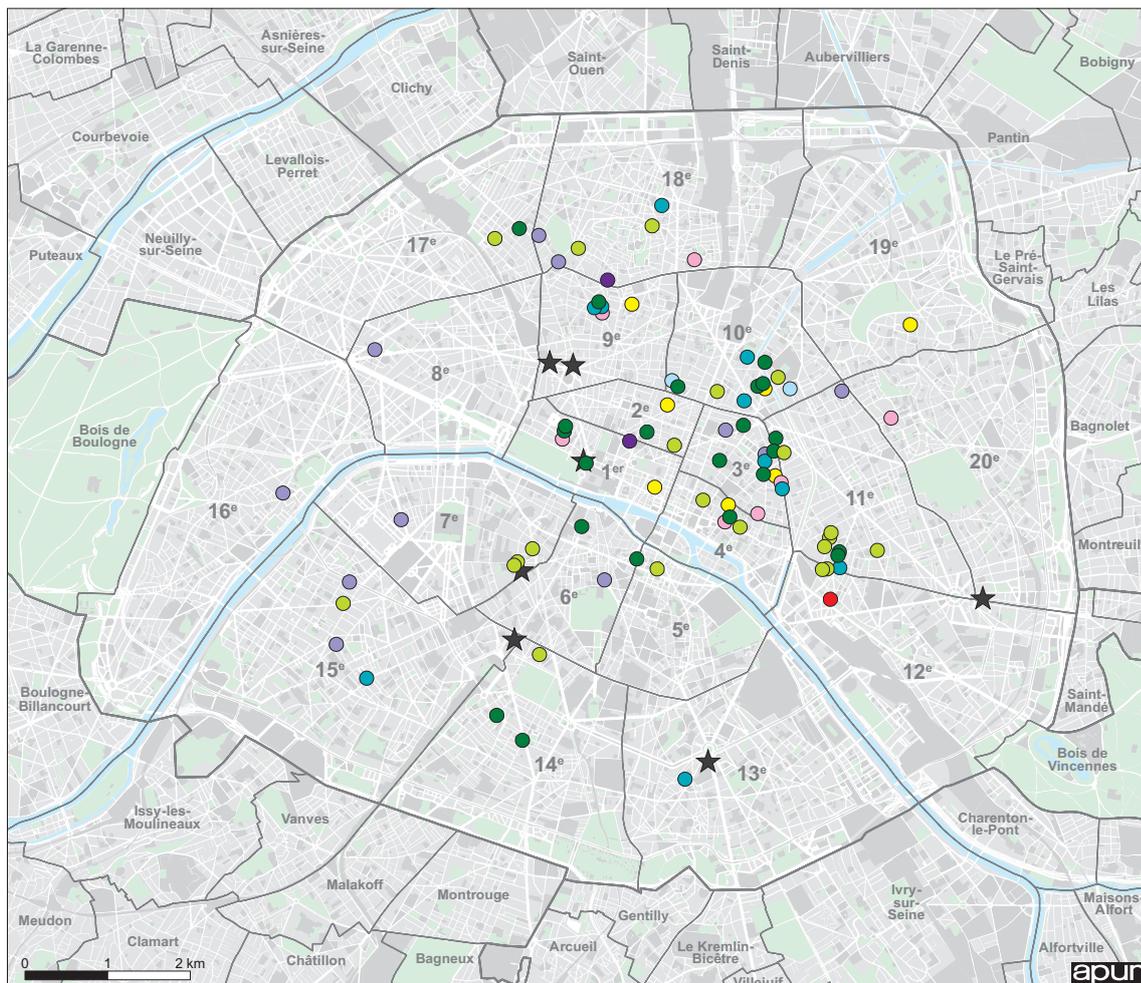
Le Design recouvre des domaines diversifiés : le design de produits, industriel, d'espace, de service, packaging, graphisme ainsi qu'écoconception. Les métiers liés à l'aménagement de la maison (mobilier, architecture



Les nouvelles formes de commerce

- (2) ● boutique en appartement
- (7) ● boutique de créateur
- (1) ● boutique d'art
- (7) ● boutique éphémère
- (11) ● location de vêtements
- (2) ● e-shop
- (10) ● café boutique
- (22) ● concept-store
- (21) ● design store
- ★ pop-up store de grand magasin

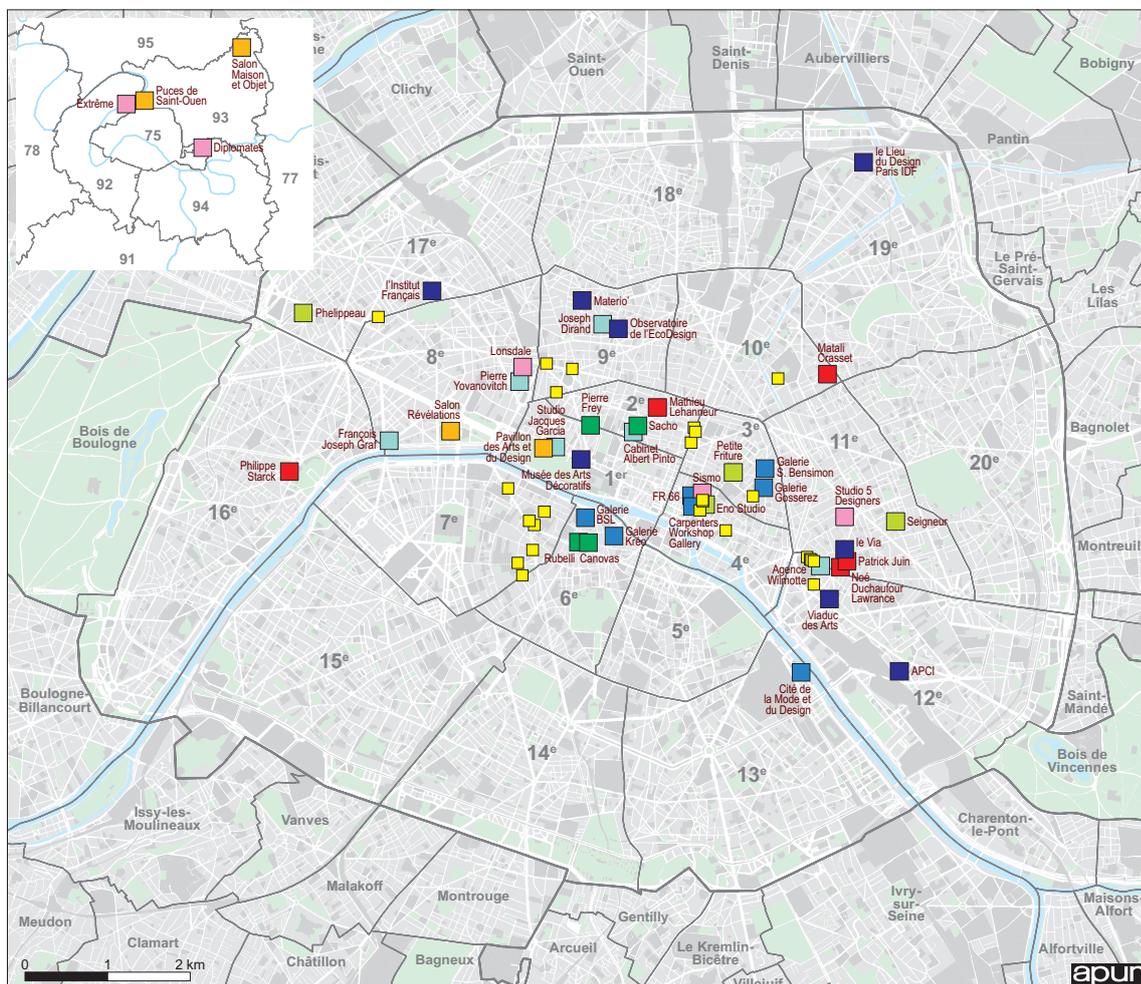
Source : traitement Apur 2015



Les lieux du design

- (25) ■ vente, distribution
- (5) ■ agence de dimension internationale
- (5) ■ agence innovante
- (4) ■ marché aux puces, salon
- (7) ■ galerie de design
- (8) ■ institution de promotion du design
- (6) ■ décorateur
- (4) ■ éditeur
- (4) ■ tapissier

Source : traitement Apur 2015



d'intérieur, de décoration, arts de la table, linge de maison, etc.) forment un segment emblématique de l'art de vivre à la française. Les métiers de la conception regroupent les graphistes, les designers d'espace, les designers de produit, les décorateurs... Ils se renouvellent perpétuellement et représentent une des formes de la vitalité économique parisienne.

Paris, lieu de la conception du design

Paris fait certes figure de laboratoire et de locomotive du design français mais sans développer de fabrication indus-

trielle de manière significative. En revanche, les grands noms du design désirent garder un ancrage à Paris (boutique, siège social, présence lors des salons) Deux grandes concentrations géographiques se dessinent à Paris, autour du boulevard Saint-germain et autour du faubourg Saint-Antoine. Des concepts stores néanmoins s'installent progressivement vers l'est parisien, acteurs devenus cruciaux dans l'écosystème du design et qui accueillent volontiers les événements du *off* lors des principaux salons et événements (Le salon Maison & Objet, le salon des révélations, la design week, les DDay's).

Lieux clés de l'écosystème de la mode et du design

Des écoles de formation les plus anciennes aux plus récentes, l'offre parisienne apparaît particulièrement riche et diversifiée. Les métiers de ces secteurs ont fortement évolué ces dernières années, les programmes de formation de ces institutions se sont adaptés à ce nouveau contexte.

Des lieux emblématiques consacrés au fleuron de la mode et du design participent non seulement à l'image de Paris en tant que vitrine mais aussi à une certaine synergie des acteurs économiques parisiens. La cité de la mode et du design, le viaduc des arts, la rue de la mode... chacun à leur façon, alimentent ces écosystèmes en mouvement.

Conclusion

L'étude s'est attachée à présenter successivement le milieu de la mode et du design parisiens avec le double objectif : de donner à comprendre les métiers et les produits, les lieux de vente et l'événementiel, en analysant les principaux enjeux et stratégies et leur inscription dans le territoire ; d'expliquer également la position particulière de Paris dans le concert mondial et face à ses rivales Milan, Londres et New York.

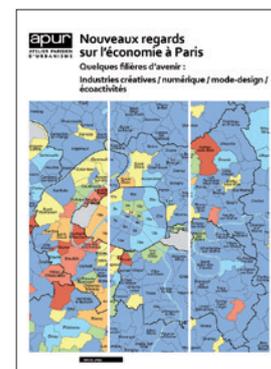
Elle présente ensuite les lieux et les outils emblématiques de la filière, qui contribuent pour beaucoup à bâtir l'image commune de la mode et du design. L'étude montre que la mode parisienne en particulier tire son épingle du jeu en revendiquant sa différence, construite autour de la haute couture et du luxe. Elle reste la capitale mondiale de la mode et a su préserver son rôle de vitrine mondiale, son audace et ses savoir-faire et son commerce, appuyé par le tourisme de luxe que Paris sait accueillir en son centre. Ses commerces se réinventent et parviennent même à créer de nouvelles polarités plus à l'est des traditionnelles rues prestigieuses du centre ouest parisien.

Le design en revanche a su trouver en Milan sa capitale. Peut-être peut-on parler d'une culture et d'une image créatives bâties autour du design et de la fabrication industrielle à Milan tandis que Paris se construit autour de la mode et de l'artisanat d'art. Il convient de noter que les fondamentaux parisiens du design et de la mode se sont construits dans le centre de Paris, qui reste aujourd'hui le cœur historique et vivant du dispositif, malgré quelques initiatives ponctuelles déployées plus en périphérie. La métropole joue néanmoins un rôle clef lorsqu'interviennent la dimension événementielle, les salons et manifestations au moyen des grandes infrastructures dont elle est pourvue.

Ce rôle de vitrine mondiale mériterait sans doute d'être accompagné de manière encore plus affirmée par les politiques publiques, constatant que les capitales européennes concurrentes Milan et Londres semblent ne pas avoir ménagé leurs efforts en la matière. Le patrimoine et l'espace public parisien notamment peuvent être les instruments clés de cette action municipale.

À lire également

Quelques filières d'avenir : Industries créatives / numérique / mode-design / écoactivités



http://www.apur.org/sites/default/files/documents/economie_filières_avenir.pdf

L'Apur, Atelier parisien d'urbanisme, est une association 1901 qui réunit la Ville de Paris, le Département de Paris, l'État, la DRIEA, l'Insee, la Région Ile-de-France, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Ile-de-France, la Régie Autonome des Transports Parisiens, Paris Métropole, la Société du Grand Paris, Eau de Paris, la communauté d'agglomération d'Est Ensemble, l'Epaupif, Grand Paris Aménagement, Paris Habitat, Ports de Paris, la communauté d'agglomération Seine-Amont, le SIAAP, le SIFUREP, le SIPPEREC, SNCF Immobilier, le STIF, le Syctom et la Mission de Préfiguration de la Métropole du Grand Paris.



Directrice de la publication
Dominique ALBA

Note réalisée par
Emmanuelle PIERRE-MARIE
avec la collaboration
du cabinet de Nelly RODI

Sous la direction de
Renaud PAQUE

Cartographie
Anne SERVAIS

Mise en page
Apur
www.apur.org