

mmode
LA GRAPPE MÉTROPOLITAINE DE LA MODE

 Raymond Chabot
Grant Thornton

 conseil
emploi
métropole

DIAGNOSTIC SOMMAIRE DES BESOINS EN MAIN-D'OEUVRE ET ADÉQUATION FORMATION-COMPÉTENCES-EMPLOI 2.0

SECTEUR DE LA MODE

COORDINATION

Mathieu St-Arnaud Lavoie

Directeur Principal - Développement des marchés & talents, mmode

RECHERCHE, ANALYSE ET RÉDACTION

Jean Philippe Brosseau

Directeur principal - Conseil en management, Raymond Chabot Grant Thornton

Ariane Michaud

Conseillère - Conseil en management, Raymond Chabot Grant Thornton

CONSEIL EMPLOI MÉTROPOLE

Tim Fournier

Économiste métropolitain
Conseil Emploi Métropole

ÉQUIPE GRAPPE MÉTROPOLITAINE DE LA MODE

Mathieu St-Arnaud Lavoie

Directeur Principal - Développement des marchés & talents, mmode

Catherine L'Écuyer

Gestionnaire, Communications & Chantier Image, mmode

Jhan Boyer-Gignac

Coordonnatrice aux projets, mmode

Debbie Zakaib

Directrice Générale, mmode

Chloé Thibeault

Coordonnatrice aux projets. mmode

REGROUPEMENT SECTORIEL

Marie-Eve Faust

Directrice et professeure, École supérieure de mode de l'ESG-UQAM

Marco Roy

Coordonnateur des affaires publiques, CEGEP Marie-Victorin

François Bousquet

Directeur Cheminement scolaire et Registrariat, Collège LaSalle

Linda Cyrenne

Directrice Générale (jusqu'à juin 2021), CSMO Textile

Manuel Champagne

Directeur Général, Détail Québec

Mathieu St-Arnaud Lavoie

Directeur Principal - Développement des marchés & talents, mmode

CONCEPTION GRAPHIQUE

Markantoine Lynch-Boisvert

Directeur créatif, MRKNTN

Gouvernement du Québec
Dépôt légal, Bibliothèque nationale du Québec, 2022
ISBN 978-2-9817292-7-9

COMITÉ DE PILOTAGE

Marie-Eve Faust

Directrice et professeure, École supérieure de mode de l'ESG-UQAM

Marco Roy

Coordonnateur des affaires publiques, CEGEP Marie-Victorin

François Bousquet

Directeur Cheminement scolaire et Registraria, Collège LaSalle

Linda Cyrenne

Directrice générale (jusqu'à juin 2021), CSMO Textile

Luc Vaillancourt

Directeur Général (depuis juin 2021), CSMO Textile

Manuel Champagne

Directeur Général, Détail Québec

Hélène Plante

Coordonnatrice et enseignante, Campus Notre-Dame-de-Foy

Alain St-Pierre

Consultant, Grappe métropolitaine de la mode

Nathalie Brosseau

Enseignante en Mode et confection sur mesure, École des métiers spécialisés de Laval

Sonia Pennesi

Enseignante secteur Habillement, École des métiers des Faubourgs-de-Montréal

Julie Maître

Conseillère régionale aux partenariats, Direction régionale de Services Québec de l'Île-de-Montréal

Sophie Nao

Conseillère en développement industriel - mode, Ministère de l'économie et l'innovation

Isabelle Guillemette Métivier

Technicienne en administration et responsable des communications, Institut des métiers d'art

Tim Fournier

Économiste métropolitain, Conseil Emploi Métropole

Dany Charest

Directeur Général, TechniTextile Québec

Émilie Kuroczycki

Directrice de projets, Vêtement Québec

Jean Philippe Brosseau

Directeur principal - Conseil en management, Raymond Chabot Grant Thornton

Ariane Michaud

Conseillère - Conseil en management, Raymond Chabot Grant Thornton

Nicolas Plante

Associé, Raymond Chabot Grant Thornton

Mathieu St-Arnaud Lavoie

Directeur Principal Développement des marchés & talents, Grappe métropolitaine de la mode

Catherine L'Écuyer

Gestionnaire, Communications & Chantier Image, Grappe métropolitaine de la mode

Jhan Boyer-Gignac

Coordonnatrice de projets, Grappe métropolitaine de la mode

Debbie Zakaib

Directrice générale, Grappe métropolitaine de la mode

Le diagnostic sommaire des besoins en main-d'oeuvre et adéquatation formation-compétences-emploi 2.0 du secteur de la mode est possible grâce au financement du Conseil Emploi Métropole.

MOT DU CONSEIL EMPLOI MÉTROPOLE

Améliorer l'adéquation formation-compétences-emploi est au cœur des préoccupations du Conseil emploi métropole (CEM). C'est pourquoi, j'ai le plaisir de vous présenter ce nouveau diagnostic qui en fait l'analyse pour l'industrie de la mode, du vêtement et du textile. Cette version 2.0, signée mmode, est une source d'informations privilégiée sur ce créneau d'importance pour la région métropolitaine et qui représente, à l'échelle du Québec, 1,5 % du PIB en moyenne au cours des dix dernières années.

Plusieurs enjeux justifient la réalisation d'un tel portrait de l'industrie, dont celui de la transformation structurelle que vit le secteur, de l'essor de nouvelles professions et des changements technologiques engendrés par l'automatisation du commerce. La pandémie a également fait naître de nouvelles tendances, dont la fabrication d'équipements de protection individuelle (EPI).

Ce nouveau visage de la mode et du textile requiert une réponse agile et stratégique aux besoins criants, actuels et futurs, des talents et des entreprises de l'industrie.

Analyser d'abord l'offre de formation, les professions et les compétences en demande, à l'échelle du Grand Montréal est le premier pas vers cette solution. C'est une manière efficace d'anticiper l'évolution du secteur et de s'y adapter adéquatement.

Finalement, le projet rayonnera sur les entreprises de la mode, les rendant plus compétitives, en les soutenant dans l'attraction et la rétention de leurs talents, mais aussi dans le rehaussement des compétences.

C'est tout le territoire métropolitain qui en sort gagnant, un succès qui retentit sur l'ensemble de l'économie québécoise.

Je salue tout particulièrement l'initiative et la vision dont a fait preuve la grappe métropolitaine mmode et son association avec ses partenaires, dont le CSMO Textile, pour réaliser cette étude. Le CEM appuiera mmode et ses partenaires pour mettre en œuvre des gestes concrets identifiés comme pistes de solution notamment pour relever les défis de la main-d'œuvre et réussir la transition numérique.

AUDREY MURRAY,
Présidente du Conseil emploi métropole

MOT DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE DE LA GRAPPE MMODE

Depuis la réalisation du premier Diagnostic des besoins en main-d'oeuvre et adéquation formation-compétences-emploi - Secteur de la mode publié en 2017, la Grappe mmode a poursuivi son rôle de fédérateur afin de faciliter la mise en oeuvre des recommandations identifiées.

En mobilisant les entreprises, les institutions d'enseignements, les associations sectorielles et ses partenaires publics, de nombreuses initiatives ont été développées afin de pallier aux enjeux de recrutement, de rétention, de formation et d'attractivité des talents dans l'industrie de la mode, un secteur d'activité économique important pour la région métropolitaine.

Au cours des cinq dernières années, de nouveaux défis ont fait surface alors que la rareté de capital humain s'est intensifiée, nécessitant une reprise de la démarche analytique afin d'actualiser le portrait quantitatif et qualitatif de l'emploi au sein de notre industrie.

Plus récemment, la pandémie de COVID-19 a bouleversé notre secteur à tous les niveaux de la chaîne de valeur, exacerbant les enjeux de main-d'oeuvre déjà existants, notamment au niveau manufacturier où les besoins en personnel de production ont largement augmenté alors que plusieurs entreprises se tournaient vers la fabrication d'équipement de protection individuelle.

Agiles et résilients, de nombreux acteurs ont aussi su faire évoluer leurs modèles d'affaires en saisissant de nouvelles opportunités liées au commerce électronique, nécessitant parfois la création de nouveaux emplois et l'embauche de talents avec de nouvelles compétences pointues, afin de demeurer innovants et compétitifs.

Grâce à l'appui financier du Conseil Emploi Métropole (CEM), cette révision du Diagnostic permettra à la Grappe mmode de développer et d'implémenter des actions stratégiques en regard des recommandations officielles. C'est via son Chantier Main-d'oeuvre que des projets structurants et des initiatives porteuses pourront voir le jour afin d'adresser les enjeux criants de main-d'oeuvre, de saisir les opportunités liées aux professions de demain et d'ainsi assurer la pérennité et la croissance de ce secteur qui représente un héritage important pour la métropole, tout en contribuant à son rayonnement international.

Je tiens finalement à souligner l'implication précieuse des dizaines d'acteurs de tous les sous-secteurs de l'industrie qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce Diagnostic, ainsi que le travail assidu réalisé par l'équipe de Raymond Chabot Grant Thornton. Permettez-moi enfin de saluer le travail de Mathieu St-Arnaud Lavoie, Directeur principal - Développement des marchés et Main-d'oeuvre, qui a piloté le projet chez mmode.

"Seul, on va plus vite, mais ensemble, on va plus loin!"

DEBBIE ZAKAIB,

Directrice Générale de la Grappe mmode

TABLE DES MATIÈRES

PORTRAIT ÉCONOMIQUE DU SECTEUR DE LA MODE	6
TENDANCES DU SECTEUR DE LA MODE	11
PROFESSIONS DU SECTEUR DE LA MODE	17
FORMATIONS DU SECTEUR DE LA MODE	21
ADÉQUATION FORMATIONS-COMPÉTENCES-EMPLOIS	23
CONSTATS ET PISTES DE SOLUTIONS	29



1 PORTRAIT DU SECTEUR DE LA MODE

L'ÉCOSYSTÈME DE LA MODE COUVRE UNE MULTITUDE DE SECTEURS

DÉFINITION DU SECTEUR DE LA MODE SELON LES CODES SCIAN

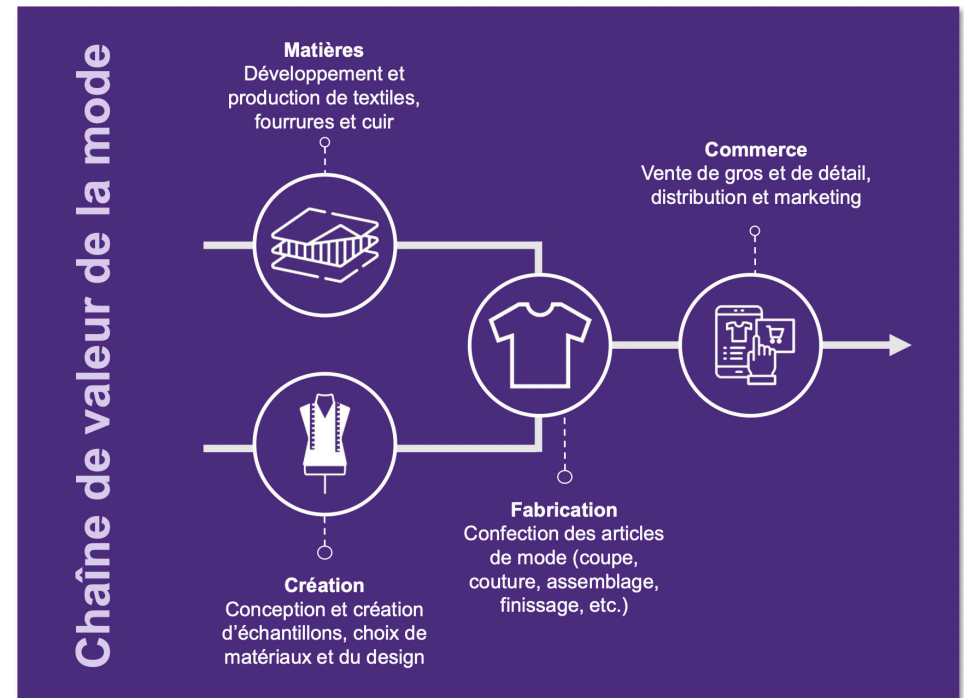
SECTEUR DE LA MODE

MANUFACTURIERS

- **Les Usines de textile** (SCIAN 313)
- **La Fabrication de vêtements** (SCIAN 315)
- **La Fabrication de chaussures** (SCIAN 3162)
- **La Fabrication d'autres produits en cuir et produits analogues** (SCIAN 3169)

COMMERCE DE GROS ET DE DÉTAIL

- **Les Grossistes-marchands de textiles, de vêtements et de chaussures** (SCIAN 4141)
- **Les Magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires** (SCIAN 448)
- **Les Magasins d'articles de sport et de passe-temps et d'instruments de musique** (SCIAN 4511)
- **Les Grands magasins** (SCIAN 4521)

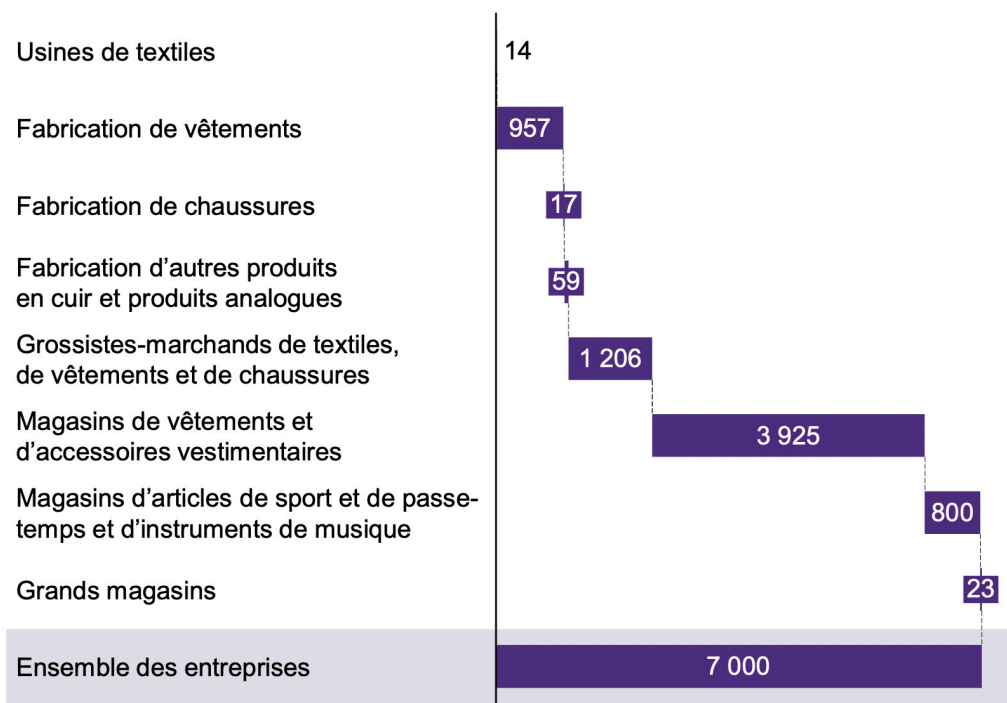


DES 12 221 ENTREPRISES DU SECTEUR DE LA MODE AU QUÉBEC, 7 000 SONT SITUÉES DANS LA RMR DE MONTRÉAL

Plus de la moitié des entreprises du secteur de la mode sont des magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires. Bien que le commerce de détail représente le plus grand nombre d'entreprises, 957 entreprises dans la RMR de Montréal sont dans la fabrication de vêtements.

Distribution des entreprises selon le sous-secteur

RMR de Montréal, décembre 2020, en nombre d'entreprises

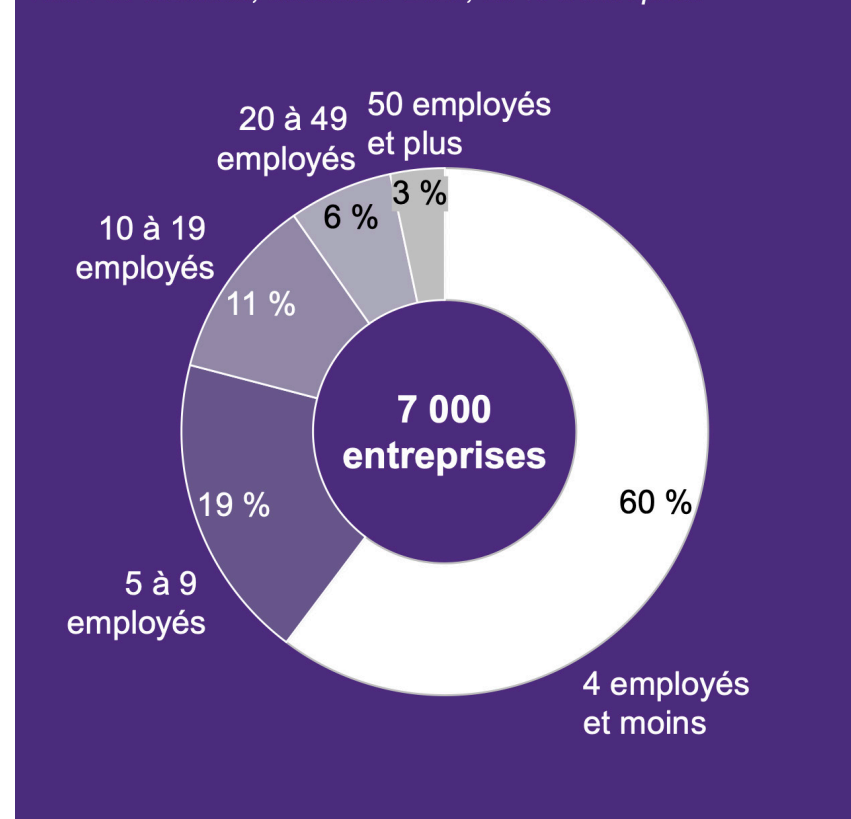


Source : Analyse RCGT.

Les entreprises du secteur de la mode sont principalement des firmes de petite et moyenne taille.

Distribution des entreprises selon leur taille

RMR de Montréal, décembre 2020, en % d'entreprise

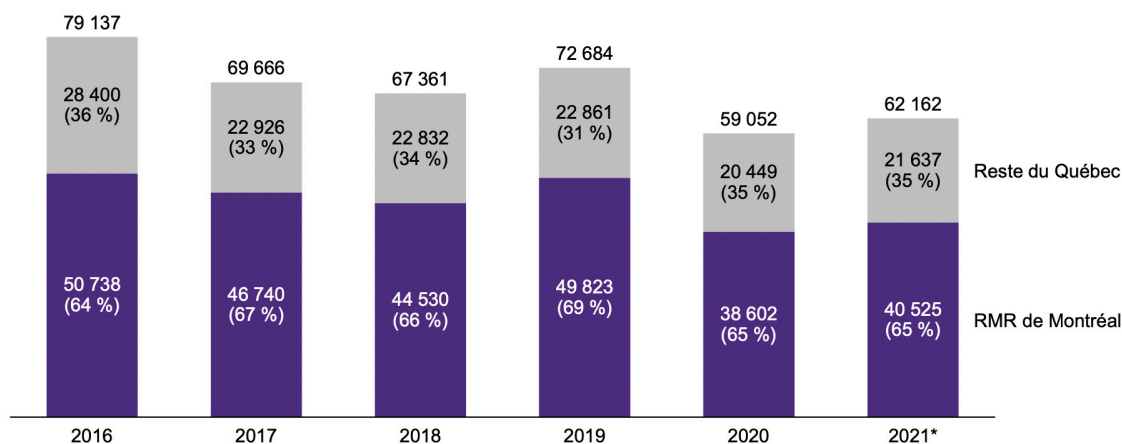


ON CONSTATE UNE REPRISE POSTPANDÉMIQUE DES ACTIVITÉS, ET EN 2021, ON COMPTE 62 162 EMPLOIS DANS LE SECTEUR AU QUÉBEC

MARCHÉ DU TRAVAIL DU SECTEUR DE LA MODE

- Alors que ce sous-secteur atteignait son sommet en 2019 avec 49 771 emplois, le commerce de détail a connu l'une des plus fortes contractions d'emploi lors de la pandémie de la COVID-19. En 2019, le commerce de détail représentait 49 771 emplois au Québec pour ensuite se stabiliser à 38 515 en 2020.
- Le nombre d'emplois dans le secteur de la fabrication d'articles de mode stagnait et décroissait légèrement. Toutefois, la pandémie de la COVID-19 a permis au sous-secteur de produire davantage d'articles localement, dont particulièrement des équipements de protection individuelle (EPI) médicaux. Ainsi, entre 2020 et 2021, l'emploi au sein de ce sous-secteur est passé de 13 036 emplois à 19 021 emplois au Québec.
- La part de la RMR de Montréal dans le marché du travail de la mode est restée relativement stable au cours des dernières années et représente entre 64 % et 69 % de la main-d'œuvre de ce secteur au Québec.

Évolution de l'emploi au sein du secteur de la mode selon le lieu
Québec et RMR de Montréal, 2019 et 2021*, en nombre d'emplois, % de l'emploi au Québec



Source : Analyse RCGT.

*Moyenne mobile janvier à septembre 2021 – Données provisoires

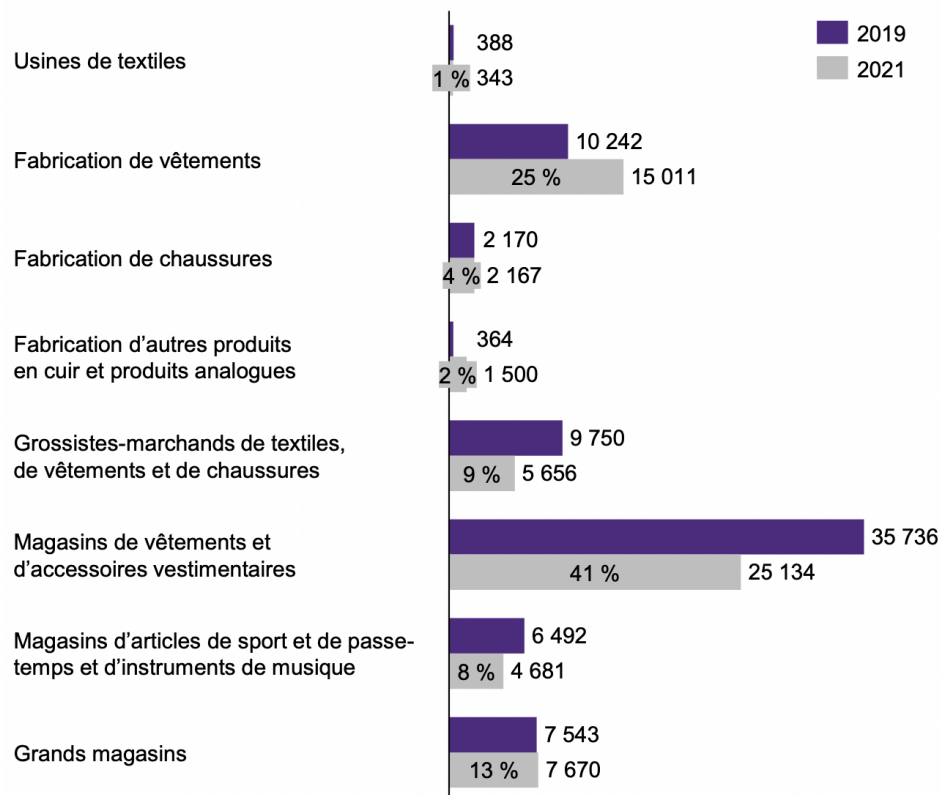
Comprend neuf professions CNP de 500 emplois et moins, telles que les coupeurs de tissus, les patronniers, manœuvre de produits textiles, cordonniers, etc.

EN 2021, 62 % DE LA MAIN-D'ŒUVRE DU SECTEUR DE LA MODE TRAVAILLAIT EN COMMERCE DE DÉTAIL

MARCHÉ DU TRAVAIL DU SECTEUR DE LA MODE

Distribution de l'emploi selon le sous-secteur

Québec, 2019 et 2021*, en nombre d'emplois, % de l'emploi au Québec



* Moyenne mobile janvier à septembre 2021 – Données provisoires

Sources : Estimations de l'EPA, Analyse RCGT.



LA MOBILISATION DU SECTEUR DE LA FABRICATION POUR LA PRODUCTION D'EPI A CRÉÉ UNE PRESSION À LA HAUSSE SUR LES SALAIRES

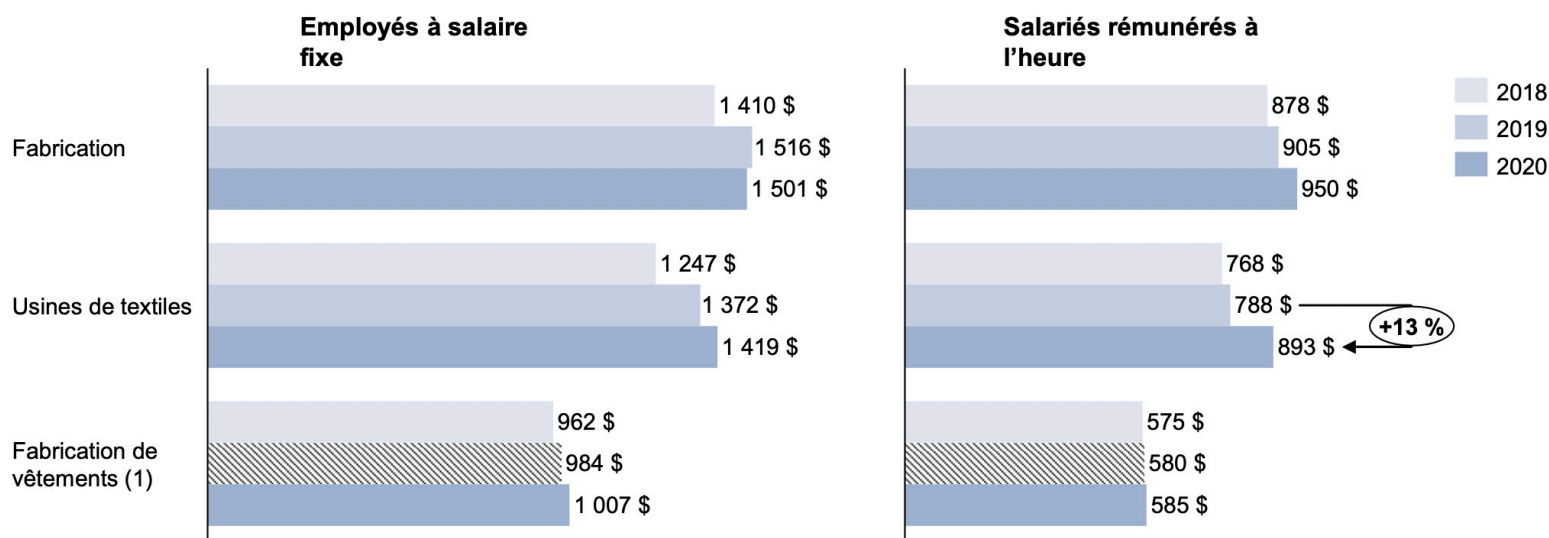
MARCHÉ DU TRAVAIL DU SECTEUR DE LA MODE

- En raison de la forte demande gouvernementale et de la pénurie mondiale en EPI, les entreprises manufacturières de textiles et de mode ont reconverti une partie de leurs effectifs.
- Pour répondre à la demande élevée de quantités et aux échéanciers serrés, les organisations saisissant cette opportunité ont dû rassembler un nombre important de travailleurs en quelques semaines.

« Les salaires manufacturiers ont explosé en raison de la demande d'EPI liée à la pandémie. Ils sont passés de 13,10 \$ à 16,18 \$ de l'heure. Toutefois, ce n'est pas viable. »

Citation d'une entrevue menée par RCGT

Évolution de la rémunération hebdomadaire selon le type de salarié et le sous-secteur
Québec, 2018 à 2020, en \$ courants



Sources : Statistique Canada (Tableau 14-10-0204-01), Analyse RCGT.

(1) Estimation pour 2019



2

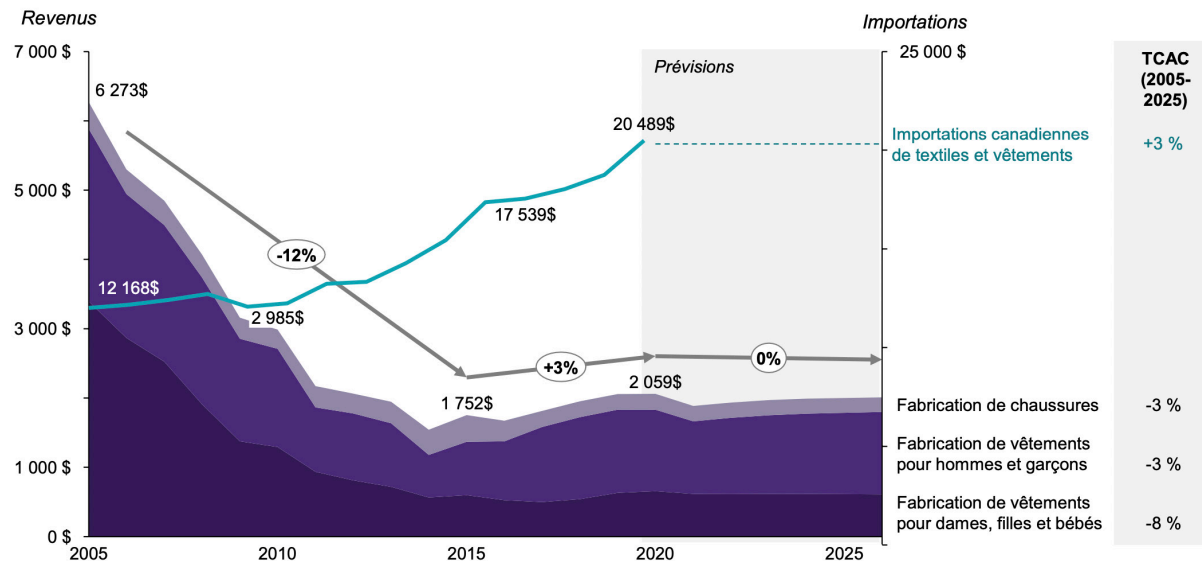
TENDANCES DU SECTEUR DE LA MODE

PLUS DE 20 TENDANCES ONT ÉTÉ IDENTIFIÉES ET AFFECTENT D'UNE CERTAINE MANIÈRE L'INDUSTRIE DE LA MODE ET SA MAIN-D'ŒUVRE

ÉCONOMIQUES ET DÉMOGRAPHIQUES	Sociales et développement durable	TECHNOLOGIQUES
Délocalisation et mode éphémère	Impact environnemental	Réseaux sociaux et communication numérique
Vieillesse de la population	Production éthique	Commerce en ligne
Nouvelles générations sur le marché du travail	Économie circulaire	Industrie 4.0
Relocalisation et achat local	Traçabilité et transparence	Robotique, automatisation et Internet des objets
Rareté de main-d'œuvre	Bannissement de la fourrure	Intelligence artificielle et mégadonnées
EPI et climat d'incertitude		Impression additive
		Matériaux innovants
		Réalité virtuelle et réalité augmentée
		Véhicules autonomes et drones

LA DÉLOCALISATION DE LA PRODUCTION D'ARTICLES DE MODE A ÉTÉ LA TENDANCE AYANT AFFECTÉ LE SECTEUR DE LA MODE LE PLUS DRASTIQUEMENT AU COURS DES DERNIÈRES ANNÉES

Évolution des revenus selon le secteur manufacturier et des importations de textiles et vêtements
Canada, 2005 à 2026, en 000 000 \$, TCAC et croissance en %



Sources : IBISWorld – Rapports d'industrie, Banque du Canada, La Banque Mondiale, Analyse RCGT.



LA MONDIALISATION DE LA CHAÎNE DE VALEUR ET LE VIEILLISSEMENT DE LA POPULATION SONT DES TENDANCES FORTES DANS LE SECTEUR DE LA MODE

TENDANCES ÉCONOMIQUE

DÉLOCALISATION ET MODE ÉPHÉMÈRE

Les accords commerciaux internationaux et les technologies de l'information ont pavé le chemin pour que les producteurs d'articles de mode délocalisent leur fabrication en Chine, en Asie du Sud-Est et en Asie du Sud. Cette délocalisation a engendré, entre autres, une chute des prix des vêtements et chaussures de - 8 % entre 2002 et 2020. Comparativement, l'IPC a augmenté de 32,8 % sur cette même période. L'attractivité de la Chine s'est récemment réduite en raison de l'augmentation du coût de la main-d'œuvre et des controverses relativement aux conditions de travail des travailleurs.

VIEILLISSEMENT DE LA POPULATION

En 2006, les 45 à 64 ans représentaient 44 % des emplois dans le sous-secteur de la fabrication de vêtements et de produits de cuir. Cette part a crû à 57 % en 2020, soit une augmentation de 13 points de pourcentage. Dans l'ensemble des industries du Québec, la part de ce groupe d'âge a uniquement crû de 3 points de pourcentage sur la même période. Ceci crée des enjeux de relève pour l'industrie de la mode et une perte du savoir-faire de la fabrication d'articles de mode.

NOUVELLES GÉNÉRATIONS SUR LE MARCHÉ DU TRAVAIL

Les générations plus jeunes telles que la génération Z et les milléniaux gagneront en importance au sein du marché du travail et sont reconnues pour valoriser un narratif d'entreprise aligné avec leurs valeurs. Conséquemment, les pratiques et conditions évolueront dans le sens de valeurs portées par ces deux groupes générationnels qui constitueront la main-d'œuvre d'aujourd'hui et de demain.

RELOCALISATION ET ACHAT LOCAL

En réponse aux enjeux environnementaux, de transparence et éthiques, la tendance à l'achat local connaît son heure de gloire: 82 % des Québécois font des efforts pour acheter davantage de produits locaux depuis la pandémie. Toutefois, en raison de coûts élevés et de la rareté de la main-d'œuvre, seuls certains articles seraient stratégiques à produire et à relocaliser au Québec. La production d'articles simples et en grands volumes reste plus avantageuse dans les pays d'Asie du Sud-Est.

RARETÉ DE MAIN-D'ŒUVRE

L'économie québécoise est confrontée à des enjeux de rareté de main-d'œuvre croissants depuis plusieurs années et les travailleurs se font rares dans certains secteurs malgré la pandémie de la COVID-19. Le taux de postes vacants dans le secteur de la fabrication est passé de 1,9 % à 4,7 % entre 2015 et 2021 et crée une forte compétition pour la main-d'œuvre disponible dans le secteur manufacturier québécois.

EPI ET CLIMAT D'INCERTITUDE

La pandémie a créé une fenêtre d'opportunité pour la production d'EPI médicaux au Québec. Depuis, les gouvernements entreprennent des réformes pour assurer une sécurité d'approvisionnement dans plusieurs domaines, mais des efforts restent à fournir pour assurer un certain niveau de production d'EPI au Québec. Le choc de la pandémie de la COVID-19 a également généré des enjeux logistiques sur la chaîne de valeur internationale, dont une augmentation de près de six fois du prix de location des conteneurs de transport.

L'IMPORTANCE DES PRATIQUES DURABLES EST CROISSANTE POUR LES CONSOMMATEURS ET LA MAIN-D'ŒUVRE

TENDANCES SOCIALES ET DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

IMPACT ENVIRONNEMENTAL

Le secteur de la mode est l'une des industries les plus polluantes au monde. Les émissions de GES passeront de 2,4 gigatonnes de CO₂eq en 2005 à 4,9 gigatonnes de CO₂eq en 2030. La préparation de fils ainsi que la teinture et la finition sont les étapes du processus de production les plus polluantes en termes d'émission de GES. Au-delà de l'émission de GES générée par la consommation énergétique, l'utilisation massive d'eau potable et de ressources lors de la production d'articles de mode ainsi que l'emploi de substances toxiques pour la biodiversité et la santé humaine sont également des indicateurs de l'impact de l'industrie de la mode sur l'environnement. On observe une tendance forte vers des pratiques écoresponsables dans les plus petites entreprises de confection d'articles de mode. Que ce soit par les quantités de production modestes, les collections renouvelées moins fréquemment, l'approvisionnement de matières de qualité et une sensibilité pour le savoir-faire et la confection locale.

PRODUCTION ÉTHIQUE

Les conditions de travail des travailleurs de la mode en Asie sont fréquemment mentionnées et dévoilées. Dernièrement, ce sont les Ouïghours en Chine qui ont fait couler de l'encre allant jusqu'à l'instauration de sanctions économiques vis-à-vis de la Chine de la part, entre autres, du Canada et des États-Unis.

ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Actuellement, peu de débouchés existent pour l'utilisation de textiles postconsommation et seuls 14 % sont utilisés pour du rembourrage de meubles ou recyclés. L'automatisation de la fabrication favorise une réponse adaptée de la production à la demande et optimise l'utilisation énergétique. De plus, la numérisation réduit le gaspillage et l'utilisation de matières premières nécessaires à la production. Réduire le circuit de production par la relocalisation permet également de mieux adapter l'offre à la demande et réduit le gaspillage et les pertes.

TRAÇABILITÉ ET TRANSPARENCE

La complexité et la mondialisation de la chaîne de valeur des articles de mode réduit la visibilité et la transparence sur les différentes étapes de production. La transparence de la chaîne de valeur est requise pour répondre aux enjeux environnementaux et éthiques que l'industrie de la mode rencontre, ainsi que pour rétablir un certain niveau de confiance et réduire la méfiance des consommateurs envers le secteur de la mode. Aucune certification ni aucun *label* de pratiques durables n'existe présentement dans l'industrie de la mode tels qu'on les trouve au sein de l'industrie des cosmétiques ou alimentaire. Non seulement ceci ne favorise pas la confiance parmi les consommateurs, mais cela offre peu de guides et de bonnes pratiques pour les producteurs.

BANNISSEMENT DE LA FOURRURE

Le sous-secteur de la fourrure a connu des pressions importantes au courant des dernières années par des groupes d'activistes et une part des consommateurs. En réponse aux pressions importantes que le sous-secteur a connues et à l'aide du savoir-faire de l'industrie, de nombreuses pratiques de développement durable et éthique ont été intégrées dans la chaîne de valeur du sous-secteur de la fourrure. Le Canada élève entre 1 et 3 millions de visons par année, principalement pour l'exportation vers les pays où la demande est importante, comme la Chine, ou pour la production de manteaux d'hiver. Le Québec comptait trois fermes de visons en 2018, soit huit de moins qu'en 2014.

LES NOUVELLES TECHNOLOGIES INNOVANTES ONT UN IMPACT SUR LES PRATIQUES ET DYNAMIQUES DE TOUTES LES ÉTAPES DE LA CHAÎNE DE VALEUR DES ARTICLES DE MODE

TENDANCES TECHNOLOGIQUES

MÉDIAS SOCIAUX

L'ampleur des médias dans la vie et dans le comportement des consommateurs atteint des sommets. Accélération des cycles de mode, influenceurs, nouveaux canaux de vente, de communication et de marketing pour les marques, les relations entre les firmes et les consommateurs ont été réinventées par la croissance de l'importance des réseaux sociaux.

COMMERCE EN LIGNE ET STRATÉGIES NUMÉRIQUES

Les ventes effectuées par l'intermédiaire des plateformes en ligne gagnent en importance et représentent de nouvelles opportunités pour les commerçants d'articles de mode. De nouvelles stratégies de marketing et de vente doivent être adoptées pour s'adapter à l'évolution des habitudes des consommateurs. Déjà bien présentes auparavant, les ventes en ligne ont vu leur croissance s'accroître depuis le début de la pandémie.

ROBOTIQUE ET AUTOMATISATION

Les différentes étapes de la chaîne de valeur sont de plus en plus gérées par des procédés automatiques et autonomes. L'Internet des objets a également fait sa place dans l'industrie manufacturière au Québec où l'utilisation de capteurs permet d'interconnecter les différents composants d'une usine. Combinée au contexte de la pénurie de main-d'œuvre dans le secteur manufacturier, l'intégration ces technologies représente un avantage stratégique pour les entreprises québécoises : réduction des coûts, augmentation de la capacité et de la rapidité de production, etc.

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE ET MÉGADONNÉES

En raison d'une collecte d'informations qui est réalisée en continu, l'utilisation de l'intelligence artificielle (IA) et des mégadonnées permet notamment de mieux connaître le consommateur et son comportement d'achat. Le développement rapide des technologies et pratiques liées au commerce en ligne et aux mégadonnées présente un enjeu d'adaptation pour les entreprises du Québec. Du côté manufacturier également, ces outils peuvent optimiser les procédés de fabrication d'articles de mode et réduire les besoins de main-d'œuvre.

IMPRESSION ADDITIVE

Depuis quelques années, on remarque dans l'industrie de la mode que certains designers ont commencé à intégrer l'impression additive, aussi appelée impression 3D, à leurs créations. L'arrivée de l'impression additive dans l'industrie du textile aura un impact considérable, puisqu'elle permet un plus important potentiel de personnalisation ainsi qu'une automatisation des impressions sur les tissus, et ce, sans interruption.

MATÉRIAUX INNOVANTS

Avec l'avènement d'un intérêt grandissant des consommateurs pour une mode durable et éthique, l'utilisation de cuirs végans se fait de plus en plus souvent. L'industrie de la mode a également connu la récente arrivée des textiles techniques et textiles intelligents sur le marché.

RÉALITÉ VIRTUELLE ET RÉALITÉ AUGMENTÉE

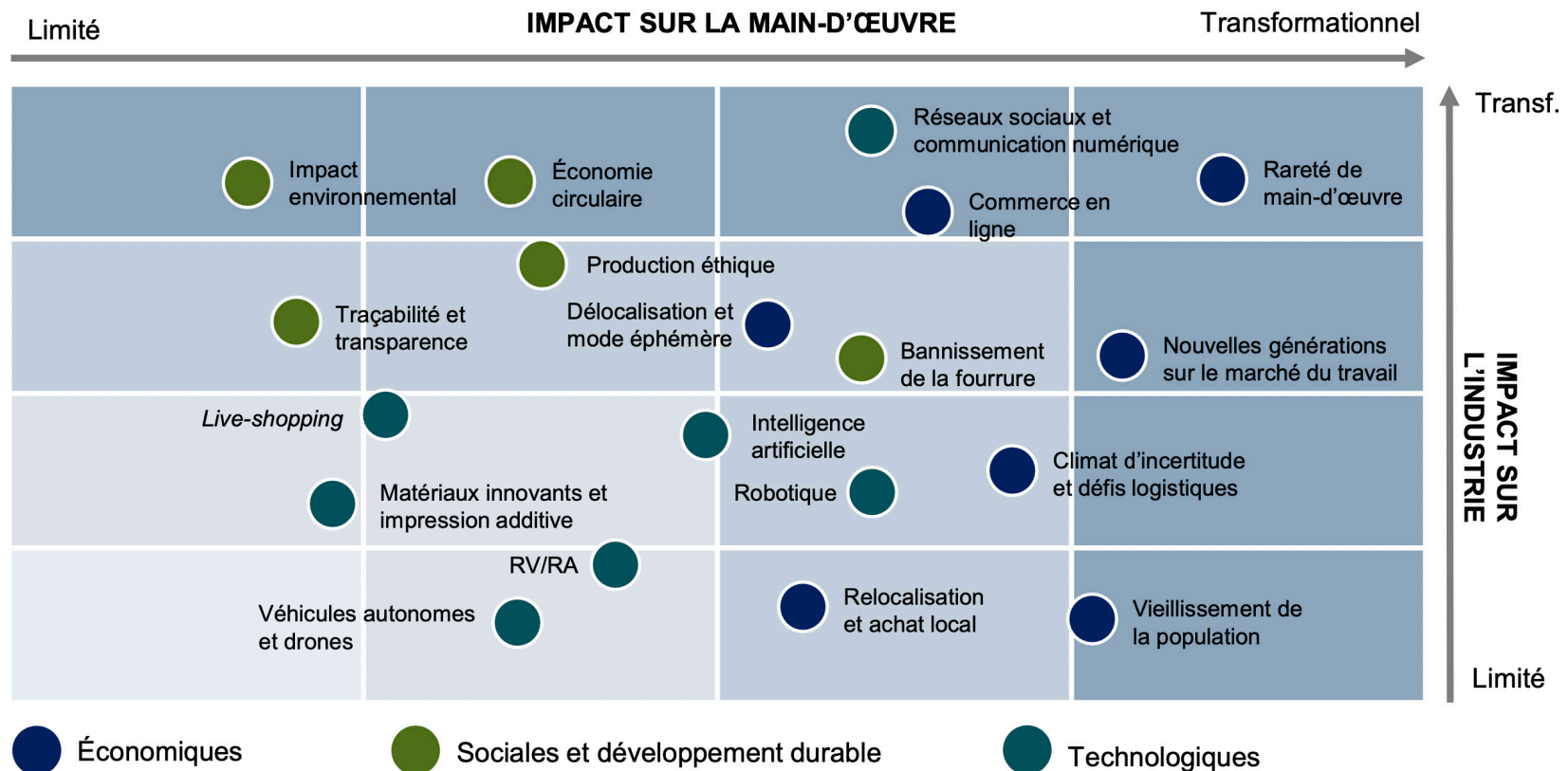
Technologie immersive gagnant du terrain dans l'industrie de la vente, la RV permet de visualiser à l'avance comment un accessoire de mode s'intégrera sur le consommateur. Combinée aux applications mobiles ou Web, cette technologie contribue à faciliter l'expérience de magasinage. Par ailleurs, à l'aide de scans corporels, des articles de modes peuvent être fabriqués sur mesure. Les metaverses, soit des mondes virtuels, et les jeux vidéos créent également des nouveaux espaces de création pour l'industrie de la mode.

VÉHICULES AUTONOMES ET DRONES

La pandémie a créé une fenêtre d'opportunité pour la production d'EPI médicaux au Québec. Depuis, les gouvernements entreprennent des réformes pour assurer une sécurité d'approvisionnement dans plusieurs domaines, mais des efforts restent à fournir pour assurer un certain niveau de production d'EPI au Québec. Le choc de la pandémie de la COVID-19 a également généré des enjeux logistiques sur la chaîne de valeur internationale, dont une augmentation de près de six fois du prix de location des conteneurs de transport.

LES TENDANCES IDENTIFIÉES ONT TOUTES UN EFFET PLUS OU MOINS TRANSFORMATIONNEL SUR LA MAIN-D'ŒUVRE

Positionnement des tendances ayant un impact sur l'industrie de la mode et sa main-d'œuvre
 Québec et RMR de Montréal, 2021



Source : Analyse RCGT.

3

PROFESSIONS DU SECTEUR DE LA MODE

18 PROFESSIONS SUR L'ENSEMBLE DE LA CHAÎNE DE VALEUR ONT ÉTÉ CIBLÉES DANS CETTE ÉTUDE ET SONT REPRÉSENTÉES DANS LA CLASSIFICATION NATIONALE DES PROFESSIONS (CNP)

Distribution des professions sélectionnées pour le secteur de la mode en fonction de l'étape de la chaîne de la valeur
Québec, codes CNP – Classification nationale des professions



Source : Analyse RCGT.

LE QUÉBEC COMPTE 42 337 VENDEURS DE COMMERCE DE DÉTAIL DANS LA MODE, DONT 50 % SE SITUENT DANS LA RMR DE MONTRÉAL

Nombre de travailleurs selon la profession CNP au sein du secteur de la mode
Québec et RMR de Montréal, 2018, en nombre de travailleurs

Perspectives d'emploi par Emploi-Québec
Québec et RMR de Montréal, 2021

	RMR de Montréal	Reste du Québec		RMR de Montréal	Ensemble du Québec
Vendeurs – commerce de détail	50 %	50 %	42 337	Équilibre	Équilibre
Opérateurs de machines à coudre industrielles	75 %	25 %	4 279	Léger déficit	Équilibre
Tailleurs, couturiers, fourreurs et modistes	73 %	27 %	1 730	Léger déficit	Équilibre
Ensembleurs de théâtre, dessinateurs de mode et concepteurs d'expositions	80 %	20 %	1 806	Équilibre	Léger surplus
Acheteurs des commerces de détail et de gros	73 %	27 %	887	Équilibre	Équilibre
Directeurs de la fabrication	73 %	27 %	722	Léger déficit	Léger déficit
Superviseurs du personnel de coordination de la chaîne d'approvisionnement, du suivi et des horaires	83 %	17 %	600	Équilibre	Équilibre
Bijoutiers, réparateurs de bijoux, horlogers-rhailleurs et personnel assimilé	63 %	37 %	738	Équilibre	Équilibre
Designers graphiques et illustrateurs	76 %	24 %	567	Léger déficit	Léger déficit
Autres	83 %	17 %	3 308	N/A	N/A

Sources : Statistique Canada, Recensement 2016, Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale, Analyse RCGT.

Comprend neuf professions CNP de 500 emplois et moins, telles que les coupeurs de tissus, les patronniers, les manœuvres de produits textiles, les cordonniers, etc.

UNE SÉRIE DE PROFESSIONS ESSENTIELLES À L'ÉCOSYSTÈME DE LA MODE N'EST PAS REPRÉSENTÉE AU SEIN DE LA CNP

- Au-delà des 18 professions ciblées, d'autres métiers sont exercés au sein de l'industrie de la mode.
- Dans le cadre des entrevues menées et du sondage effectué auprès des membres mmode, plusieurs corps de métier ont été identifiés comme en demande et centraux à l'écosystème de la mode. Ceux-ci ne sont pas représentés au sein de la CNP, mais sont essentiels à l'industrie de la mode.

EXEMPLES DE PROFESSIONS



SPÉCIALISTES EN AJUSTEMENT

Couramment appelés *fit and specs technicians*, ils sont responsables de s'assurer que tous les vêtements respectent les standards de qualité en matière d'ajustement, de confection et de détails d'exécution. Ils évaluent les corrections et rédigent des commentaires pour les fabricants, comme l'élaboration du document tech pack. Le nombre de travailleurs qualifiés et disponibles pour ce rôle est limité alors que la demande est importante selon les entrevues menées.



ARTISANS COSTUMIERS

Part essentielle de l'identité culturelle du Québec, le Cirque du Soleil, entre autres, emploie un grand nombre d'artisans costumiers. La demande pour ce type de professions s'est effondrée lors de la pandémie. Toutefois, la production cinématographique emploie également ce corps de métier. La croissance de l'industrie et la quantité de productions importantes ayant lieu à Montréal laissent prévoir une demande constante, mais nichée de ce type de professions.



CRÉATEURS DE CONTENU NUMÉRIQUE ET GESTIONNAIRES DE COMMUNAUTÉ

La mise à jour continuelle des différentes plateformes et des médias sociaux requiert du contenu original, authentique et diversifié. Outil principal de promotion, la gestion des réseaux sociaux s'opère dans le cadre d'une stratégie numérique et de communication globale. De ce fait, des compétences numériques, visuelles et de rédaction sont requises pour ce rôle.



SPÉCIALISTES EN COMMERCE EN LIGNE ET EN ANALYTIQUE D'AFFAIRES

La quantité importante de données obtenues par la navigation des consommateurs sur les plateformes numériques favorise l'élaboration de stratégies complexes. Des compétences en traitement de données, en élaboration de prévisions des ventes, par exemple, sont requises pour ce genre de rôle. La gestion des ventes en ligne et la gestion de la publicité en ligne sont des compétences également recherchées.

L'ENVIRONNEMENT DYNAMIQUE DANS LEQUEL OPÈRE L'INDUSTRIE DE LA MODE CRÉE CONTINUUELLEMENT DES NOUVELLES PROFESSIONS

- Les nombreuses tendances identifiées affecteront les professions du secteur et en créeront des nouvelles.
- Certaines professions, encore marginales aujourd'hui, gagneront en importance et seront névralgiques à la modernité de l'industrie.
- On constate que certaines tendances, telles que le numérique, auront un impact transversal sur l'industrie, alors que d'autres tendances, telles que les matériaux innovants, affecteront particulièrement certaines professions.

Nouvelles professions et professions de l'avenir

Québec, 2021

Chercheurs en développement de matériaux innovants/ingénieurs textiles

Spécialistes de données

Designers-UX spécialisés en commerce de détail/marchandisage visuel



Gestionnaires de communauté et stratèges marketing en ligne

Professionnels de la mode en économie circulaire et en durabilité

Sources : Analyse RCGT.

4

FORMATIONS DU SECTEUR DE LA MODE

PLUS DE 30 FORMATIONS SONT OFFERTES AU QUÉBEC POUR ENSEIGNER LES NOMBREUSES PROFESSIONS DU SECTEUR DE LA MODE (1/2)

Programmes	Inscriptions <i>moyenne annuelle 5 ans</i>	Nombre d'établiss. scolaires	Exemples de professions (CNP)
Formations professionnelles (DEP)			
Mode et confection de vêtements	579	3	<ul style="list-style-type: none"> Patronniers de produits textiles et d'articles en cuir et en fourrure (5245) Tailleurs, couturiers, fourreurs et modistes (6342)
Vente-conseil	4 131	24	<ul style="list-style-type: none"> Vendeurs – commerce de détail (6421)
Formations techniques (DEC)			
Graphisme	1 249	7	<ul style="list-style-type: none"> Designers graphiques et illustrateurs Ensembliers de théâtre, dessinateurs de mode (5243)
Design de mode	718	3	<ul style="list-style-type: none"> Designers graphiques et illustrateurs (5241) Ensembliers de théâtre, dessinateurs de mode (5243) Patronniers de produits textiles et d'articles en cuir et en fourrure (5245)
Commercialisation de la mode	746	4	<ul style="list-style-type: none"> Ensembliers de théâtre, dessinateurs de mode (5243) Vendeurs – commerce de détail (6421) Acheteurs de commerces de détail et de gros (6222)
Techniques de design de présentation	169	3	<ul style="list-style-type: none"> Designers de présentation
Gestion de commerces	5 853	8	<ul style="list-style-type: none"> Vendeurs – commerce de détail (6421)
Métiers d'arts	n. d.	1	<ul style="list-style-type: none"> Cordonniers/fabricants de chaussures (6343)

**PLUS DE 30 FORMATIONS SONT OFFERTES AU QUÉBEC POUR ENSEIGNER
LES NOMBREUSES PROFESSIONS DU SECTEUR DE LA MODE (2/2)**

Programmes	Inscriptions <i>moyenne annuelle 5 ans</i>	Nombre d'établiss. scolaires	Exemple de professions (CNP)
Formations universitaires (baccalauréat)			
Design et gestion de la mode	409	2	▪ Designers graphiques et illustreurs (5241)
Administration des affaires	27 377	16	▪ Vendeurs – commerce de détail (6421) ▪ Acheteurs de commerces de détail et de gros (6222)
École Bensadoun de commerce de détail	<i>n. d.</i>	1	▪ Gestionnaires de commerce de détail
Attestation d'études collégiales (AEC)			
Graphisme	102	1	▪ Designers graphiques et illustreurs (5241)
Commercialisation de la mode	8	1	▪ Acheteurs de commerces de détail et de gros (6222)
Gestion de commerces	23	2	▪ Vendeurs – commerce de détail (6421)
Coordination du commerce électronique	<i>n. d.</i>	5	▪ Coordonnateurs ou coordonnatrices du commerce électronique

Designers de vêtements techniques, design de mode, stratégies média et publicité, planification d'événements, stylisme de mode, intégration multimédia, intégration multimédia, etc. au Collège LaSalle.

Source : Analyse RCGT.

5

ADÉQUATION FORMATIONS- COMPÉTENCES-EMPLOIS

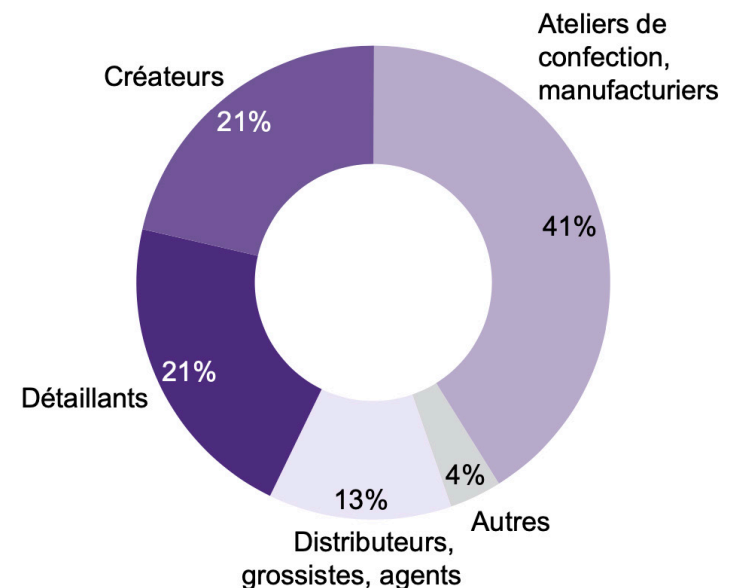
RÉSULTATS DU SONDAGE MENÉ DANS LE CADRE DE CE MANDAT

56 ENTREPRISES DU SECTEUR DE LA MODE ONT PARTICIPÉ AU SONDAGE SUR LA MAIN-D'ŒUVRE À L'ÉTÉ 2021

- Dans le cadre de l'étude, un sondage a été diffusé aux membres de mmode via la plateforme SurveyMonkey. Un échantillon de 56 répondants a pu être obtenu et comprenait des entreprises de tous les piliers et sous-secteurs de l'industrie de la mode.
- Presque la moitié des entreprises opèrent dans le milieu manufacturier et le tiers dans le commerce, soit les détaillants et les grossistes.
- Les répondants ont été en grande majorité (58%) les présidents ou les propriétaires des établissements et sont situés dans la RMR de Montréal (50 %).

Sources : Sondage mmode, Analyse RCGT.

Distribution des répondants selon leur pilier de mode
Membres mmode, 2021, n = 56 entreprises



PLUS DE TROIS QUARTS DES ENTREPRISES DU SECTEUR DE LA MODE RENCONTRENT DES ENJEUX DE RECRUTEMENT

- Les répondants ont indiqué au sein du sondage les emplois centraux à leurs opérations. Parmi l'échantillon de 139 professions inscrites par les 56 répondants, ce sont les vendeurs, couturiers à la chaîne et les opérateurs de machines qui ont été mentionnés les plus souvent.
- Pour les emplois mentionnés, 43 % rencontrent des enjeux très importants de recrutement et 35 % des enjeux importants. Seuls 21 % des emplois centraux aux opérations des firmes sondées ne semblent pas représenter des enjeux lors du recrutement.

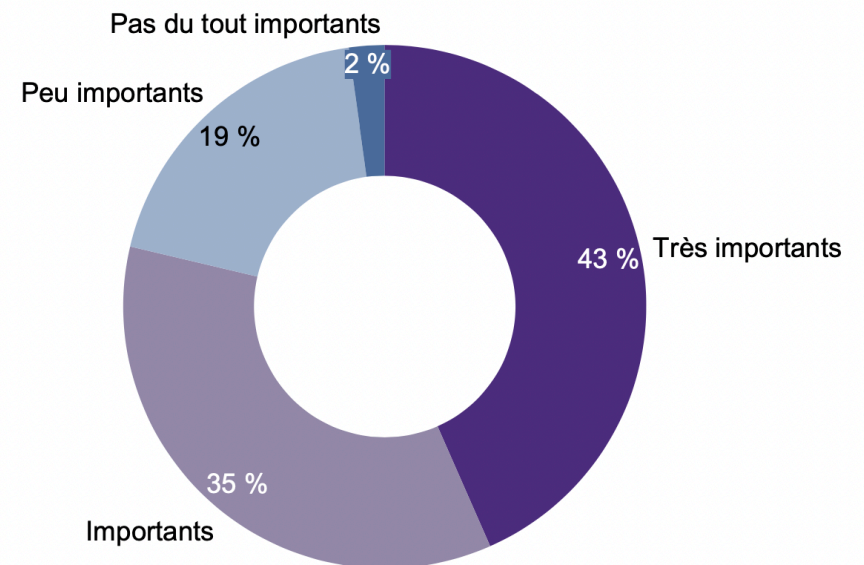
Professions mentionnées le plus fréquemment

Membres mmode, 2021, n = 136 professions mentionnées

- Vendeurs, représentants et spécialistes du service à la clientèle – commerce de détail
- Couturiers à la chaîne (production d'un grand nombre d'unités)
- Opérateurs de machines à coudre industrielles
- Patronniers de produits textiles et d'articles en cuir et en fourrure
- Designers de mode et graphiques, et illustrateurs
- Manœuvres des produits du textile
- Spécialistes en communication et marketing en ligne

Enjeux de recrutement pour les professions abordées

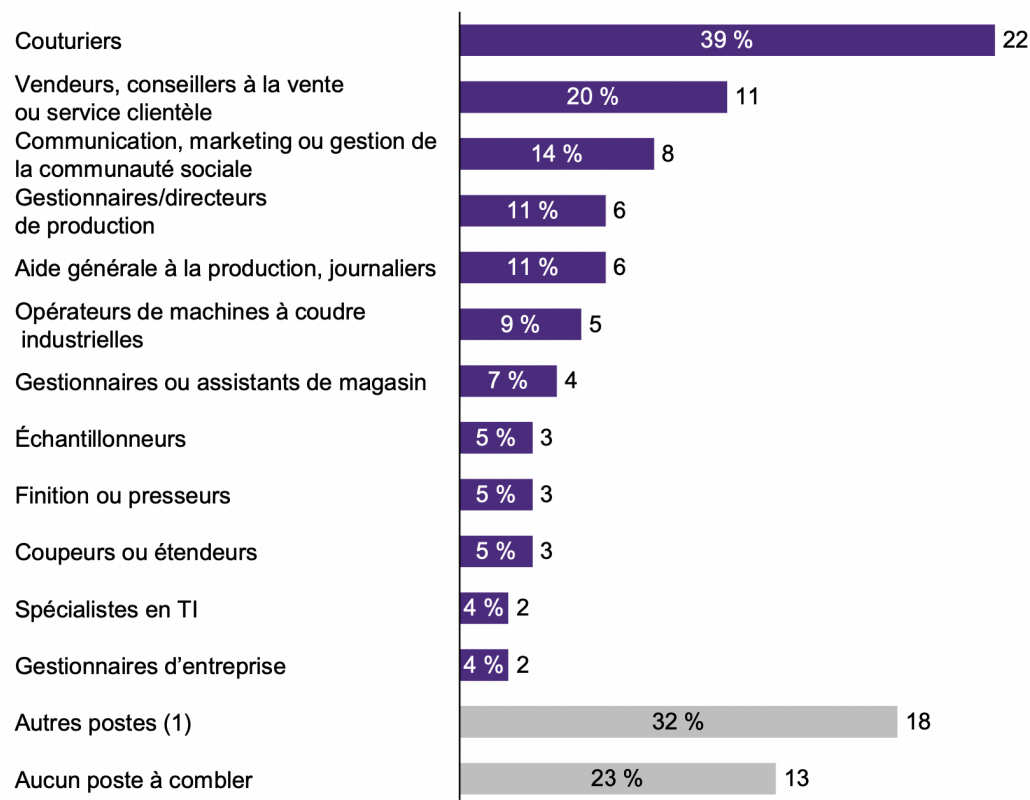
Membres mmode, 2021, n = 136 professions



Sources : Sondage mmode, Analyse RCGT.

PLUS D'UNE ENTREPRISE SUR TROIS QUI A PARTICIPÉ AU SONDAGE A UN POSTE DE COUTURIER À COMBLER

Emplois à combler au sein des entreprises de la mode
Membres mmode, 2021, en % du nombre d'entreprises, n = 56



(1) Diverses professions mentionnées une seule fois, telles que chapeliers, monteurs de bottes, apprêteurs de fourrures, artisans de cuir/marochinierie, etc.

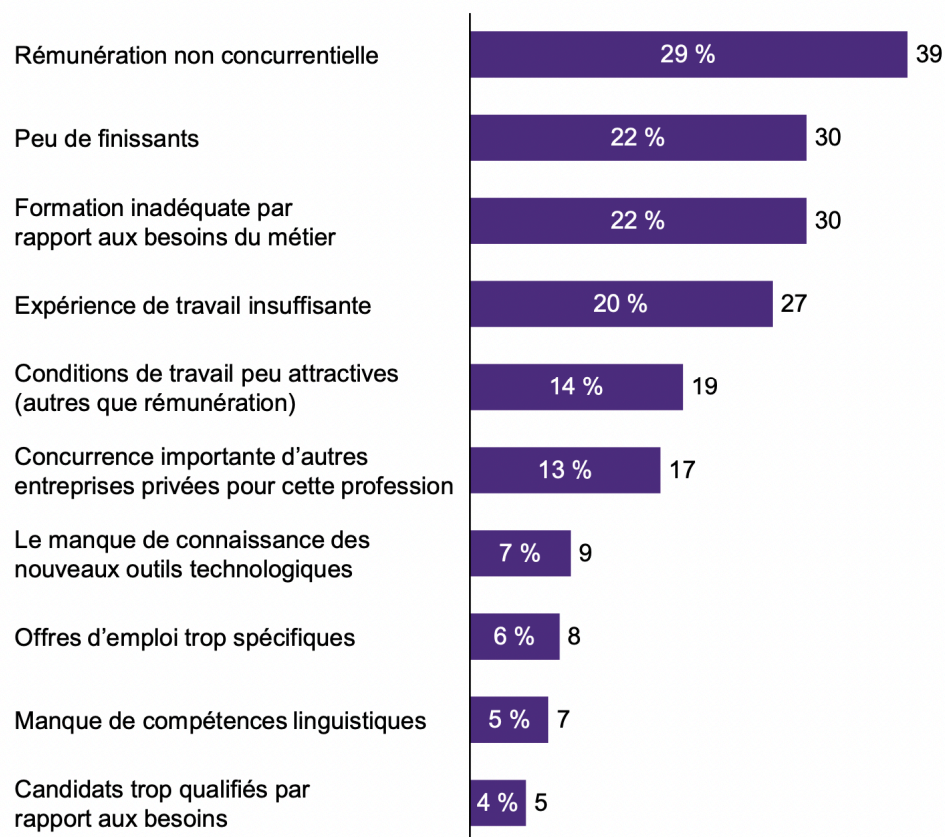
Sources : Sondage mmode, Analyse RCGT.



LA RÉMUNÉRATION NON CONCURRENTIELLE, LE MANQUE DE FINISSANTS ET LES FORMATIONS INADÉQUATES POSENT PROBLÈME LORS DU RECRUTEMENT DES MÉTIERS DE LA MODE

Principales difficultés de recrutement pour la profession abordées

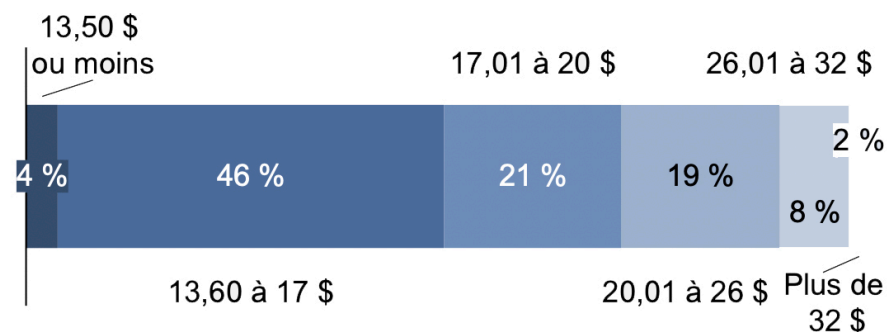
Membres mmode, 2021, n = 136 professions mentionnées



- La moitié des professions mentionnées dans le sondage gagnent 17 \$ de l'heure ou moins.
- Particulièrement au sein du secteur manufacturier, la concurrence est forte et la rémunération reste souvent le seul levier d'attraction pour des métiers plus répétitifs.

Distribution des salaires horaires de toutes les professions

Membres mmode, 2021, n = 133 professions



Sources : Sondage mmode, Analyse RCGT.

LA RÉMUNÉRATION ET LE PEU DE FINISSANTS SONT LES DIFFICULTÉS PRINCIPALES POUR LE RECRUTEMENT DE MÉTIERS DANS LA FABRICATION

- Une série de professions ont été analysées en profondeur et ont permis d'élaborer un portrait plus complet de la situation de ces corps de métier.

DIFFICULTÉS DE RECRUTEMENT

1. VENDEURS, REPRÉSENTANTS ET SPÉCIALISTES DU SERVICE À LA CLIENTÈLE – COMMERCE DE DÉTAIL

1. Conditions de travail peu attractives (autres que rémunération)
2. Concurrence importante d'autres entreprises privées pour cette profession
3. Formation inadéquate par rapport aux besoins du métier
4. Expérience de travail insuffisante

2. COUTURIERS À LA CHAÎNE (PRODUCTION D'UN GRAND NOMBRE D'UNITÉS)

1. Rémunération non concurrentielle
2. Peu de finissants
3. Formation inadéquate par rapport aux besoins du métier

3. OPÉRATEURS DE MACHINES À COUDRE INDUSTRIELLES

1. Rémunération non concurrentielle
2. Peu de finissants
3. Formation inadéquate par rapport aux besoins du métier

CONSTATS

Compétences requises

- Entregent
- Dynamisme
- Bon relationnel et sociables
- Rigueur et souci du détail
- Sens de l'initiative et autonomie
- Connaissances du produit et de l'industrie

Enjeux de main-d'œuvre très importants, **95 %** des répondants mentionnent rencontrer des enjeux pour cette profession.

Salaire moyen : 13,60 à 17 \$

Enjeux de main-d'œuvre très importants, **95 %** des répondants mentionnent rencontrer des enjeux pour cette profession.

Salaire moyen : 13,60 à 17 \$

	DIFFICULTÉS DE RECRUTEMENT	CONSTATS GÉNÉRAUX
4. PATRONNIERS DE PRODUITS TEXTILES ET D'ARTICLES EN CUIR ET EN FOURRURE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peu de finissants 2. Rémunération non concurrentielle 3. Manque de connaissance des nouveaux outils technologiques 	<p>Enjeux de recrutement importants (50 % des répondants), mais peu rencontrent des enjeux très importants (13 %).</p> <p>Salaire moyen : 20 à 26 \$</p>
5. DESIGNERS DE MODE ET GRAPHIQUES, ET ILLUSTRATEURS	<p><i>Presque aucune difficulté de recrutement pour les designers de mode</i></p> <p>Constats généraux :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 66 % des répondants ne requièrent pas de formation universitaire pour les designers de mode; • Les designers industriels sont mieux qualifiés pour le design de chaussures et de sacs; • Les designers en packaging se font rare et les designers de mode n'ont pas les compétences pour ce rôle; • Il y a un manque de compétences techniques requises pour les spécialistes en ajustement; • Il n'y a pas de pénurie de designers de mode; • Les compétences créatives sont comblées dans l'industrie; • La polyvalence est valorisée parmi les compétences de designers. 	
6. MANŒUVRES DES PRODUITS DU TEXTILE	<p>Enjeux de recrutement importants (83 % des répondants) en raison de :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rémunération non concurrentielle 2. Conditions de travail peu attractives (autre que rémunération) 	<p>Compétences requises</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dextérité et habileté manuelles • Minutie • Travail d'équipe • Forme physique • Appréciation pour le travail routinier/à la chaîne
7. SPÉCIALISTES EN COMMUNICATION ET MARKETING EN LIGNE	<p>Enjeux de main-d'œuvre modérés, 60 % rencontrent des difficultés de recrutement en raison de :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rémunération non concurrentielle 2. Conditions de travail peu attractives (autres que rémunération) 	<p>Compétences requises</p> <ul style="list-style-type: none"> • Esprit analytique • Créativité • Gestion de projet • Maîtrise des outils marketing Web • Compétences rédactionnelles bilingues

Sources : Sondage mmode, Analyse RCGT.

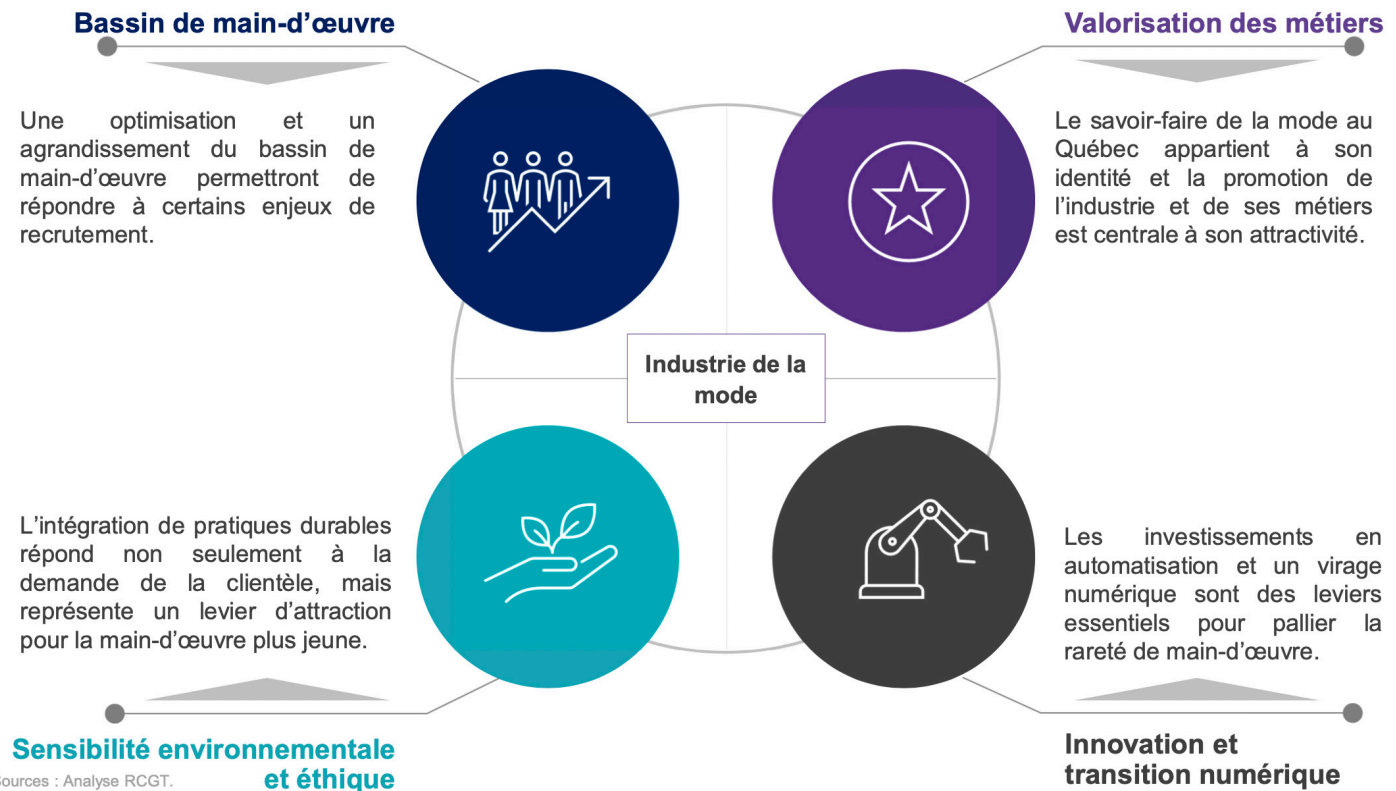
6

CONSTATS ET PISTES DE SOLUTIONS UNE SÉRIE DE RECOMMANDATIONS ORIENTÉES VERS LA MAIN- D'ŒUVRE

UNE SÉRIE DE RECOMMANDATIONS ORIENTÉES VERS LA MAIN- D'ŒUVRE

QUATRE AXES D'INTERVENTION ONT PU ÊTRE IDENTIFIÉS À L'AIDE DES CONSTATS ÉLABORÉS DANS L'ÉTUDE

Axes d'intervention



LE BASSIN DE MAIN-D'ŒUVRE LIMITÉ DOIT ÊTRE OPTIMISÉ ET DANS LA MESURE DU POSSIBLE ÉTENDU

AXE 1 – L'OPTIMISATION ET L'AGRANDISSEMENT DU BASSIN DE MAIN-D'ŒUVRE

Constats

Constat I – L'offre québécoise de main-d'œuvre est insuffisante pour répondre aux besoins des entreprises.

- Le bassin de travailleurs est limité et le sera dans les années à venir.
- Bien que les efforts de recrutement à l'étranger soient importants, certains bassins à l'étranger sont qualifiés pour des emplois où la rareté se fait ressentir au Québec.
- Les changements réglementaires en termes d'immigration sont fréquents.

Constat II – Un écart entre les compétences enseignées et celles en demande sur le marché du travail persiste.

- Les consultations réalisées pour l'élaboration de ce diagnostic ont démontré qu'une certaine dissonance existe entre les attentes des étudiants et les réalités du marché du travail.
- Des carrières créatives et orientées vers la conception sur mesure sont souvent attendues de la part des étudiants lorsque ceux-ci entament leurs programmes de design de mode, par exemple.
- Les compétences techniques sont davantage demandées par les employeurs.

Recommandations

I. Optimiser et utiliser tous les leviers d'immigration disponibles et poursuivre un suivi rapproché des changements réglementaires à ce sujet

Un partage de l'information sur les procédures complexes et longues doit être entrepris. Une documentation du processus typique de recrutement, des facteurs de succès et des bonnes pratiques pour le recrutement de la main-d'œuvre immigrante pourraient être entreprise par les associations d'industrie et la Grappe mode en réalisant une consultation auprès des membres actifs dans le recrutement international. Une vigie sur les changements doit également être menée.

II. Renforcer les partenariats entre les établissements d'enseignement et de recherche avec les entreprises

Le transfert de connaissances et d'innovation entre les entreprises et les établissements d'enseignement et de recherche doit être bonifié. Une culture de collaboration doit être davantage mise de l'avant. La Grappe mode pourrait bonifier ses tables de concertation et les spécialiser selon les différents enjeux identifiés dans ce diagnostic.

III. Mettre en valeur les stages et favoriser l'accueil des stagiaires au sein des entreprises

En accueillant des stagiaires, les entreprises ne répondent pas uniquement à leurs besoins de main-d'œuvre, mais bénéficient des compétences les plus actuelles et de l'évolution continue des compétences. Les stages favorisent le développement de profils multidisciplinaires, soit des compétences de plus en plus en demande en raison de l'évolution rapide des technologies et des tendances de mode, ainsi que la rétention des employés.

Source : Analyse RCGT.

AMÉLIORER LE RAYONNEMENT DE L'INDUSTRIE DE LA MODE QUÉBÉCOISE ET LA VALORISATION DE SES MÉTIERS (1/2)

AXE 2 – LA VALORISATION DES MÉTIERS DE L'INDUSTRIE DE LA MODE

Constats

Constat III – mmode joue le rôle de force mobilisatrice dans l'industrie.

- Bien que l'industrie de la mode occupe une place importante au sein de l'économie de la RMR de Montréal et du Québec, sa reconnaissance et sa valorisation restent limitées
- Depuis sa création en 2015, mmode contribue à la mobilisation et à la collaboration au sein de l'industrie de la mode

Constat IV – Les métiers créatifs de la mode manquent de reconnaissance et, conséquemment, de soutien financier.

- Bien que la mode se situe dans l'écosystème des industries créatives, les designers, artisans de cuir, artisans costumiers et la plupart des professions créatives de l'industrie de la mode ne sont pas reconnus comme des métiers d'art et conséquemment n'ont pas accès à certains financements

Recommandations

IV. Poursuivre la promotion du savoir-faire québécois

La promotion du secteur de la mode dans la RMR de Montréal et la valorisation du savoir-faire québécois et des métiers de la mode sont essentielles à la pérennité de l'industrie et contribueront à l'attractivité de l'industrie pour les étudiants et les talents. La Grappe mmode doit profiter de sa tribune établie au cours des dernières années et poursuivre son rôle de porte-étendard de l'industrie.

V. Étendre les mesures fiscales des métiers d'art à l'industrie de la mode

Un accès aux mesures fiscales des métiers d'art soutiendrait et valoriserait l'industrie de la mode. Par exemple, le programme d'aide aux artisans et aux entreprises en métiers d'art offert par la SODEC pourrait être étendu aux métiers de la mode.

VI. Renforcer le positionnement du secteur parmi les industries créatives et se rapprocher de l'écosystème de la créativité numérique

La collaboration entre l'industrie créative numérique et celle de la mode sur des projets communs, qu'ils soient physiques ou numériques, permet de lier les aptitudes créatives que détiennent les travailleurs de la mode et les compétences techniques et technologiques de travailleurs du secteur de l'industrie créative numérique.

Sources : Analyse RCGT.

AMÉLIORER LE RAYONNEMENT DE L'INDUSTRIE DE LA MODE QUÉBÉCOISE ET LA VALORISATION DE SES MÉTIERS (2/2)

AXE 2 – LA VALORISATION DES MÉTIERS DE L'INDUSTRIE DE LA MODE

Constats

Constat V – Le Québec se démarque par son savoir-faire dans les articles spécialisés et de haute valeur ajoutée.

- Les articles fabriqués au Québec gagnent en popularité et la production locale est de plus en plus valorisée par les consommateurs.
- Les gouvernements souhaitent soutenir la production locale, particulièrement pour la fabrication d'ÉPI. Dans l'optique de développer davantage d'autonomie et de réduire la dépendance internationale en approvisionnement d'ÉPI médicaux, plusieurs stratégies et projets de loi en cours pourront favoriser les entreprises manufacturières d'ÉPI du Québec.

Recommandations

VII. Identifier les articles de la mode et les EPI qui seraient stratégiques de relocaliser et de produire au Québec

La Grappe mmode et les acteurs de l'industrie devraient valoriser et envisager une certaine relocalisation de la production d'articles stratégiques au Québec. Cependant, considérant la faible taille du bassin de travailleurs, une réflexion stratégique et opérationnelle serait favorable à une relocalisation de la production de certains articles de mode.

Pour les ÉPI, des recherches plus approfondies devraient être entamées, notamment sur les processus d'approvisionnement, les impacts économiques d'une production et un approvisionnement locaux, et ce, pour les différents articles d'ÉPI.

L'INNOVATION TECHNOLOGIQUE REPRÉSENTE UN LEVIER POUR RÉPONDRE AUX ENJEUX DE MAIN-D'ŒUVRE ET ASSURER UN POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE DE L'INDUSTRIE (1/2)

AXE 3 – L'INNOVATION ET LA TRANSITION NUMÉRIQUE POUR PALLIER LA RARETÉ DE MAIN-D'ŒUVRE

Constats

Constat VI – Les entreprises du secteur de la mode ne maximisent pas le soutien financier disponible.

- Considérant que l'écosystème des entreprises du secteur de la mode est constitué de petites entreprises, les ressources de temps et financières des firmes pour effectuer des investissements en machinerie et équipement favorisant l'automatisation ou dans des stratégies numériques modernes sont très limitées. Bien que ces investissements porteraient leurs fruits à moyen et à long terme, les entreprises sont limitées dans leur capacité de les effectuer.
- L'offre de programmes de financement lors de l'achat d'équipement et les programmes ciblant l'économie numérique sont présents au Québec. Toutefois, il est rare que les entreprises de la mode aient recours à ces programmes. Le manque de temps, de préparation et de connaissances à ce sujet a été identifié dans le diagnostic comme les freins majeurs à ce manque d'accès aux avantages offerts.

Recommandations

VIII. Sensibiliser les entreprises aux bénéfices de la transformation numérique et de l'automatisation afin de répondre aux enjeux de main-d'œuvre actuels et soutenir l'accès aux programmes de financement

Une sensibilisation auprès des entreprises sur les bénéfices à long terme que généreront des investissements de temps et de préparation pourrait améliorer la participation des entreprises à ce type de programmes.

La Grappe mmode pourrait élaborer un guide dédié aux entreprises manufacturières de la mode, simplifiant et vulgarisant le processus, tout en les sensibilisant aux avantages stratégiques que ces efforts et investissements représentent.

IX. Développer une formation spécifique à l'industrie de la mode visant à faciliter l'automatisation et la robotisation ainsi que leur maintenance

L'intégration de nouveaux équipements, leur maintenance et leur mise à jour consistent en un défi de taille nécessitant des compétences propres à ces tâches. Ainsi, l'élaboration de programmes de formation continue dédiée aux technologies de l'avenir ayant vu le jour lors de la révolution industrielle 4.0 pourrait être envisagée. En collaboration avec les comités sectoriels de main-d'œuvre, mmode pourrait organiser des tables de discussion pour orienter les formations vers des approches d'intégration d'automatisation qui répondent aux enjeux et besoins de l'avenir.

Sources : Analyse RCGT.

L'INNOVATION TECHNOLOGIQUE REPRÉSENTE UN LEVIER POUR RÉPONDRE AUX ENJEUX DE MAIN-D'ŒUVRE ET ASSURER UN POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE DE L'INDUSTRIE (2/2)

AXE 3 – L'INNOVATION ET LA TRANSITION NUMÉRIQUE POUR PALLIER LA RARETÉ DE MAIN-D'ŒUVRE

Constats

Recommandations

Constat VII – Les compétences techniques des gradués ne rencontrent pas les attentes du marché du travail.

- La transition reste encore timide et les investissements dans le domaine au sein des firmes produisant des articles de mode doivent s'accélérer. Le diagnostic a démontré qu'un virage numérique et une modernisation de l'équipement sont indispensables pour maintenir un positionnement mondial stratégique et pour pallier la rareté de main-d'œuvre. Pour bénéficier des avantages des investissements en équipements automatisés et des investissements dans le numérique sur toute la chaîne de valeur, la main-d'œuvre faisant usage de ces nouveaux outils doit également être qualifiée pour ces innovations.
- Bien que le Québec et la RMR de Montréal accueillent un nombre important d'établissements d'enseignement et de recherche de qualité, une inadéquation entre les compétences acquises lors de certaines formations et les attentes des professions du marché du travail semble persister.

X. Identifier les compétences techniques spécifiques nécessaires pour répondre aux besoins des entreprises

Le diagnostic a démontré que les entreprises identifient certaines lacunes dans les compétences techniques des gradués, particulièrement en design de mode

Ainsi, une étude plus approfondie serait à mener sur les outils technologiques et techniques que les designers de ce jour doivent maîtriser. Les établissements d'enseignement doivent être au-devant de l'innovation et enseigner les compétences requises avant l'intégration des technologies au sein des pratiques sur le marché du travail.

L'INTÉGRATION DE PRATIQUES DURABLES EST À EFFECTUER SUR L'ENSEMBLE DE LA CHAÎNE DE VALEUR ET REPRÉSENTE UNE OPPORTUNITÉ POUR ATTIRER LA MAIN-D'ŒUVRE

AXE 4 – LA SENSIBILITÉ ENVIRONNEMENTALE ET ÉTHIQUE COMME STRATÉGIE D'ATTRACTION

Constats

Constat VIII – Les pratiques durables gagnent en importance pour la main-d'œuvre et les consommateurs.

- La prise de conscience vis-à-vis des pratiques de production et de consommation au sein de l'industrie de la mode a été considérable au cours des dernières années à travers le monde. La croissance de l'industrie et l'attention grandissante portée sur son impact environnemental et social accentuent la pertinence d'instaurer des pratiques responsables.
- La nouvelle génération est de plus en plus sensibilisée aux enjeux climatiques et éthiques. Cette valorisation de pratiques durables ne s'applique pas uniquement aux consommateurs plus jeunes, mais également aux jeunes diplômés et à la main-d'œuvre entrant sur le marché du travail.
 - › Une intégration de ce type de pratiques créera un facteur d'attraction pour les nouveaux et potentiels diplômés.
 - › Une orientation responsable de l'industrie contribuera à la pérennité de l'industrie et assurera un positionnement stratégique avantageux.

Recommandations

XI. Définir et instaurer des standards clairs et explicites en termes de transparence et de développement durable et maintenir une vigie des normes émergentes

Peu de standards et pratiques inspirantes existent ou sont promus actuellement au sein de l'industrie de la mode au Québec et dans la RMR de Montréal. Le manque de standards clairs et d'accompagnement auprès des entreprises ne favorise pas la priorisation de ce type de pratiques. avec une meilleure définition de ces standards, l'intégration au sein des formations de l'industrie la mode serait facilitée et favorisera l'attractivité des programmes car ils répondront aux valeurs des plus jeunes générations.

En collaboration avec les acteurs et représentants de l'industrie de la mode, les instances gouvernementales devraient entamer le développement de réglementations et législations sur des standards de production pour les articles vendus au Québec et au Canada.

XII. Sensibiliser les consommateurs et les entreprises aux impacts environnementaux du secteur de la mode et accompagner ces dernières dans une transition vers des pratiques plus écoresponsables et éthiques

L'ampleur de la mise en place de ce type de pratiques peut intimider les entreprises de moyenne et de petite taille et le risque d'être accusé d'écoblanchissement persiste. Traduire et accompagner les entreprises dans l'implantation de la recherche sur les méthodes de production et de vente responsables sont essentiels

Sources : Analyse RCGT.

GROUPES ET CELLULES DE DISCUSSIONS

DIAGNOSTIC DES BESOINS DE MAIN-D'OEUVRE ET D'ADÉQUATION FORMATION-COMPÉTENCES-EMPLOI

CCTT - 22 avril 2021

Olivier Vermeersch
Groupe CTT, Président directeur-général

Louis Gagné
Écofaune Boréale, Gestionnaire administratif

Helen Brunet
Vestechpro, Responsable développement stratégique

INFLUENCE, RP, CONTENU, MARKETING - 22 avril 2021

Catherine L'Écuyer
Gestionnaire, Communications & Chantier Image, mmode

Aurélie Sauthier
Made In, Présidente

Nancy German
Primacomw, Présidente

Joelle Paquette
veryjoelle.com, Rédactrice journaliste

COMITÉ ÉTUDIANTS - 23 avril 2021

Hervé Junior Brice
Collège Marie-Victorin, commercialisation de la mode

Ève Létourneau
Collège Marie-Victorin, commercialisation de la mode

Chloé Thibeault
École Supérieure de mode de l'ESG UQAM,
commercialisation de la mode

Dian-Kang Phung
École Supérieure de mode de l'ESG UQAM,
commercialisation de la mode

Camille Lafleur-Rousseau
École Supérieure de mode de l'ESG UQAM,
commercialisation de la mode

Alexandre Leroux
École Supérieure de mode de l'ESG UQAM, étudiant libre

Justine Gosselin
Campus Notre-Dame-de-Foy, design de mode

Mahé Hatchuel
Collège LaSalle, commercialisation de la mode

Karine Zakarian
Collège LaSalle, commercialisation de la mode

FOURRURE ET CUIR - 27 avril 2021

Madeleine Beaulieu
Partoem, Fondatrice & directrice créative

Marie-Anne Miljours
Miljours Studio, Designer & propriétaire

MANUFACTURIERS ET EPI - 29 avril 2021

Alain St-Pierre
mmode, Consultant-externe

Karianne Bernier
Innotex, Chef de service - Ressources humaines

Eric Wazana
Les Vêtements Wazana, Président et fondateur

Camille Goyette-Gingras
Coopérative Couturières Pop, Directrice générale

Serge Parenteau
Vêtements Flip Design, Président

Karine Bibeau
Logistik Unicorn, Vice-présidente expérience client

Louis Arsenaull
Vêtements Peerless, Directeur ressources-humaines

Linda Cyrenne
CSMO Textile, Directrice-générale

Rubén Uran
Samuelsohn, Conseiller en ressources-humaines

Alan Abramowicz
Samuelsohn, Président et COO

Émilie Kuroczycki
Vêtement Québec, Directrice de projets

Dany Charest
Technitextile, Directeur-général

ÉVÉNEMENTS MODE - 29 avril 2021

Yves Ulysee
M3 - Semaine de mode masculine de Montréal

Jean-François Daviau
Sensation Mode - Festival Mode & Design, Président

Anne De Shalla
Production Anne De Shalla - Grande braderie de la mode québécoise

Emanuela Lolli
Fashion Preview, Présidente

CRÉATEURS - 30 avril 2021

Markantoine Lynch-Boisvert
MRKNTN, Fondateur & directeur créatif

Marilyne Baril
Les Vêtements Marigold, Présidente-fondatrice



CRÉATEURS (SUITE) - 30 avril 2021

Viviane Lachapelle
Lachapelle Atelier, Présidente-fondatrice

Naomie Caron
Selfish Swimwear, Designer-fondatrice

Myriam Belzile-Maguire
Maguire, Présidente

ENSEIGNANTS, CHARGÉS DE COURS, PROFESSEURS 30 avril 2021

Josée Boutin
Collège Marie-Victorin, Enseignante, commercialisation de la mode

Hélène Plante
Campus Notre-Dame-de-Foy, Coordonnatrice et enseignante,
design de mode

Marie-Pierre Féral Bonnefis
Campus Notre-Dame-de-Foy, Coordonnatrice et enseignante,
commercialisation de la mode

Stéphanie Caza
Collège Marie-Victorin, Enseignante, design de mode

Manon Lavoie
Collège Marie-Victorin, Coordonnatrice, design de mode

Claudia Guilbault
Campus Notre-Dame-de-Foy, Enseignante,
commercialisation de la mode

Jean-Pascal Simard
Collège LaSalle, Enseignant, commercialisation de la mode

Elie Bendavid
École Supérieure de mode de l'ESG UQAM, Enseignant,
commerce international et mise en marché

Julie Ouellet
Campus Notre-Dame-de-Foy Enseignante, design de mode

Nathalie Brosseau
Compétence 2000, Enseignante, mode et confection sur mesure

Philippe Fortin
École Supérieure de mode de l'ESG UQAM, Professeur, droit et mode

Jean-Baptiste Colin
École Supérieure de mode de l'ESG UQAM, Chargé de cours,
droit et mode

Alexie Labouse
École Supérieure de mode de l'ESG UQAM, Professeur, stratégies

Naoufel Remili
École Supérieure de mode de l'ESG UQAM, Enseignant,
stratégies, méthodologie et entrepreneuriat

GRANDES ENTREPRISES - 6 mai 2021

Louis Arsenault
Vêtements Peerless, DRH

Alain Thiffautl
APP Group, DRH

Catherine Ross
Groupe Aldo, Responsable RH

Lyne Raymond
La Vie en Rose, VP RH et Administration

Julie Gadbois
Joseph Ribkoff, DRH

Mariya Marino
Groupe Lamour, DRH

EPI - 18 mai 2021

Dany Charest
Technitextile, Directeur-général

Alain St-Pierre
mmode, Consultant-externe

Mathieu St-Arnaud Lavoie
mmode, Directeur principal

INTERDICTION DE LA FOURRURE AUX USA - 19 mai 2021

Christina Nacos
Natural Furs Intl., Président

Charlie Ross
Saga, General manager, North America

Leonard Gorski
Gorski Group, Président & CEO

CHAUSSURES & BOTTES - 20 mai 2021

Jonathan Leclercq
Martino Footwear, Président

Denis Falardeau
Association des manufacturiers de chaussures du Canada, Président

Isabelle Cadieux
Groupe Panda, Directrice des opérations

Myriam Belzile-Maguire
Maguire, Présidente

Niki Jessup
Motel Motel & CMCM, Entrepreneure et enseignante

Vita (Vicky) Scalia
Chaussure L'Intervalle, Présidente

FASHION SPECTRUM - 21 mai 2021

Anne-Marie Paré
Graduée HEC

Aurore Coliaux
Graduée HEC

Noémie Vallières
Graduée Collège LaSalle, ESM & HEC

Ramatoulaye Sow
Graduée HEC

ORIENTATIONS ET TENDANCES - 9 septembre 2021

François Roberge
La Vie en Rose, Président Directeur-Général

Tania Berlinguette
Vêtements SP, Ressources humaines et projets spéciaux

Jonathan Leclercq
Martino Footwear, Président

François-Xavier Robert
Quartz Co et Want les Essentiels, Chef des Opérations

David Chagnon
Anne-Marie Chagnon, Directeur général

Anne-Marie Laflamme
Atelier B, Co-fondatrice

Steve Berard
Vêtements SP, Président





46

mmode
LA GRAPPE MÉTROPOLITAINE DE LA MODE

 Raymond Chabot
Grant Thornton

 conseil
emploi
métropole