



**La Région**

Auvergne-Rhône-Alpes

**ENTREPRISES**

**ASSISES DU SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS**

**AUVERGNE-RHÔNE-ALPES**

*la Région de l'excellence*

26 Janvier 2023 - Lyon

Conférences | Networking

# Introduction

**Stéphanie PERNOD,**  
**1ère Vice-Présidente de la**  
**RÉGION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES**

# 1<sup>ère</sup> Table-ronde

« Le luxe, entre savoir-faire traditionnels et nouvelles technologies, un levier de développement et d'innovation pour toutes les entreprises »

« Le luxe, entre savoir-faire traditionnels et nouvelles technologies, un levier de développement et d'innovation pour toutes les entreprises »



**Joëlle de Montgolfier**  
Vice-Présidente Exécutive du  
pôle Luxe  
**BAIN & COMPANY**

## Etat des lieux de l'adoption des technologies par les entreprises du luxe

# LUXE ET TECHNOLOGIE

Les débuts d'une nouvelle ère

---

Septembre 2022

COMITÉ  
COLBERT  
Depuis 1954

BAIN  
& COMPANY 



# Les technologies sont au service de neuf objectifs stratégiques

## Objectifs stratégiques servis par la technologie dans le Luxe

### EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE

#### Produits innovants

Créer des produits innovants via la technologie

#### Excellence produit

Garantir les plus hauts standards de qualité

#### Traçabilité et authenticité

Tracer les produits tout au long de la chaîne de valeur

#### Précision et anticipation

Réaliser des analyses prédictives (prévisions de ventes, maintenance prédictive, etc.)

### ENGAGEMENT CLIENT



#### Expérience augmentée

Inspirer et immerger les clients dans l'univers de la maison



#### Expérience sans couture

Proposer une expérience fluide et homogène entre les différents canaux de distribution



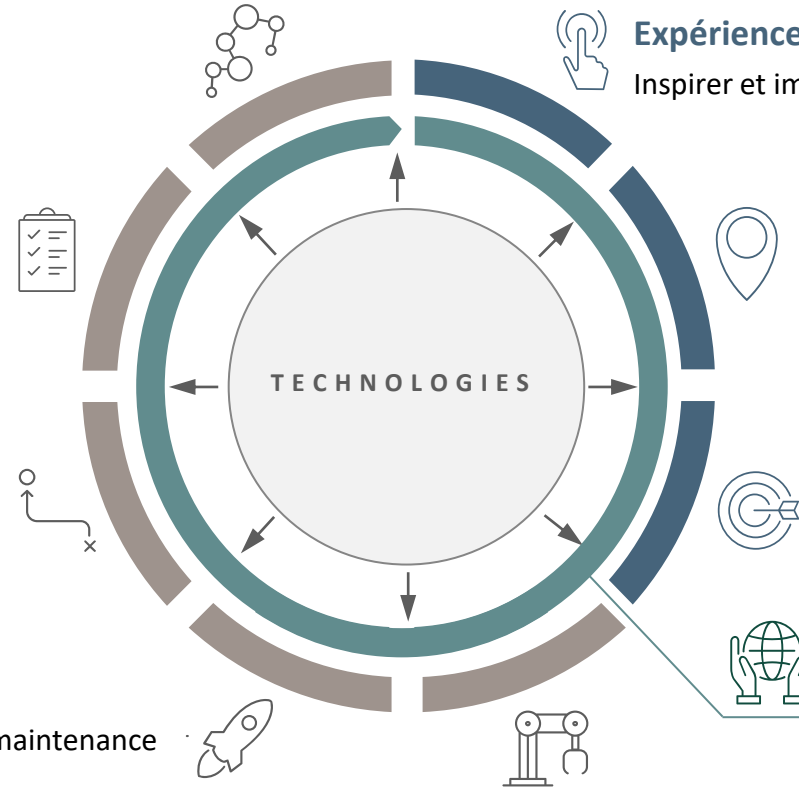
#### Hyper-personnalisation

Offrir une expérience et des recommandations sur mesure



### DÉVELOPPEMENT DURABLE

Adopter des processus et matériaux écoresponsables tout au long du cycle de vie du produit



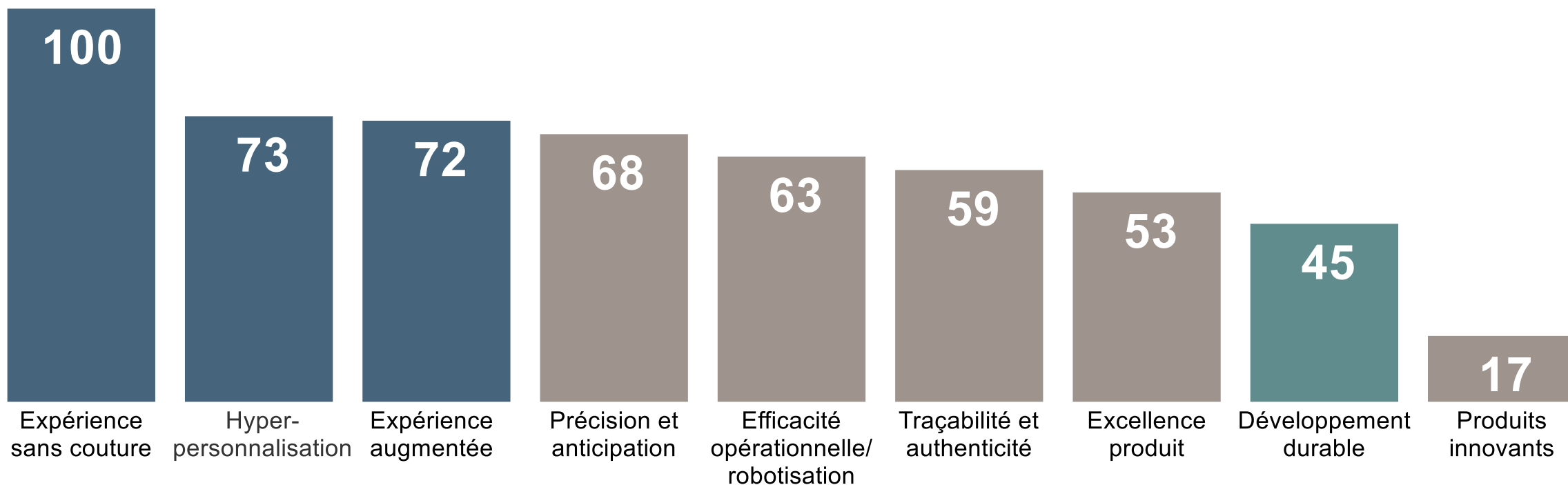
#### Efficacité opérationnelle/ robotisation

Automatiser des tâches opérationnelles

# L'engagement client constitue, de loin, le premier centre d'intérêt du luxe, suivi par l'excellence opérationnelle et le développement durable en 8<sup>ème</sup> position

## Objectifs stratégiques servis par la technologie

Index 100



# 16 technologies ont été testées par le biais de notre étude



Imagerie 3D



Impression 3D



Métavers



Holographie



Gants et écrans haptiques



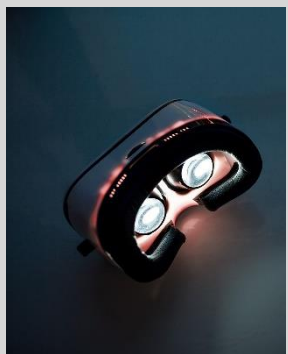
Identification par fréquence radio (RFID)



Inspection optique automatisée



Biotechnologies



Réalité augmentée et réalité virtuelle



IA/ML\* pour l'engagement client



NFT



Scanner (corporel, facial ou des mains)



Analyse neuronale



Blockchain



IA/ML\* pour l'optimisation des process



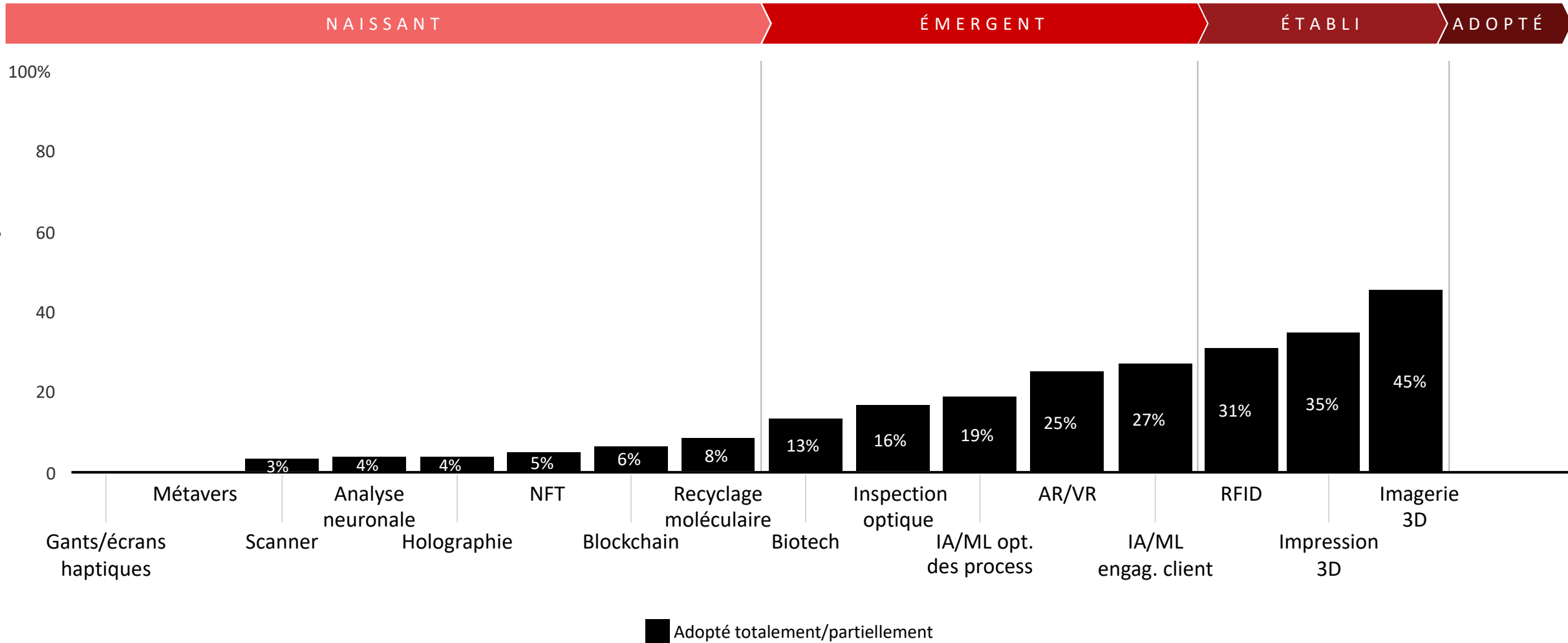
Recyclage moléculaire

Un mix de technologies innovantes et de technologies plus mûres sur toute la chaîne de valeur



# Un niveau d'adoption encore faible dans l'industrie du luxe

## Niveau d'adoption et de test par technologie

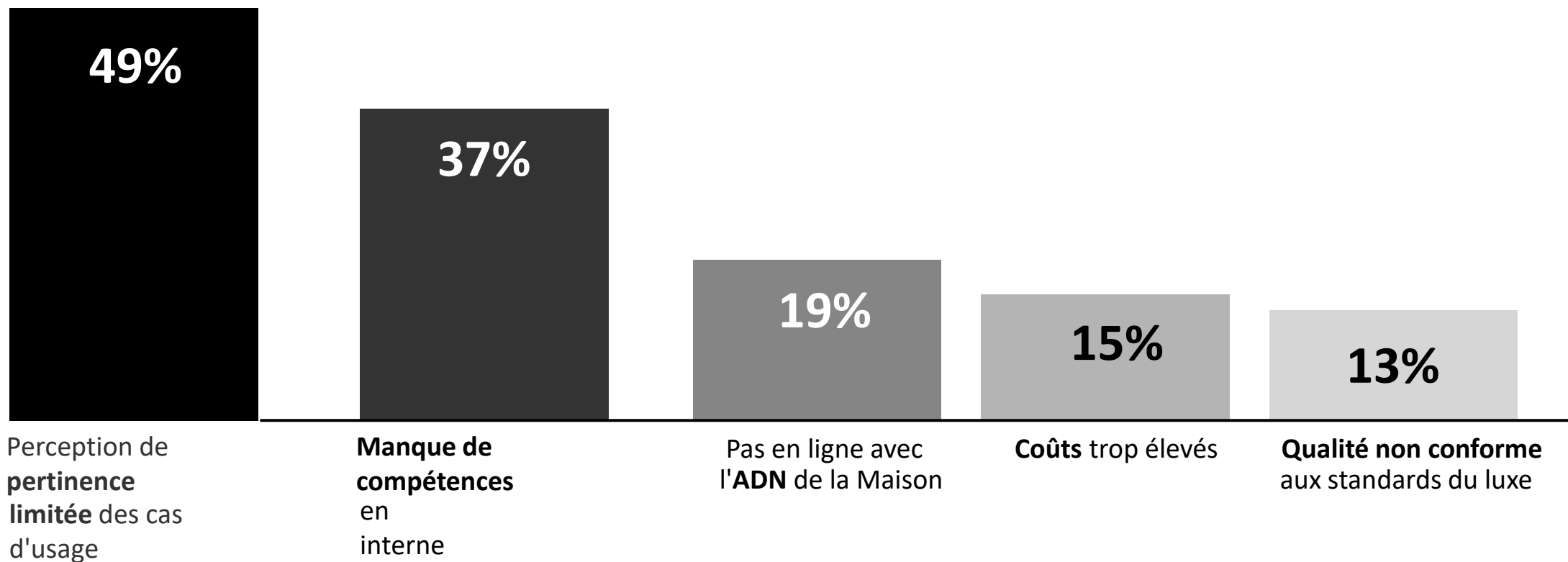


ASSISES DU SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS  
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES  
*la Région de l'excellence*

# Cependant, les freins historiques à l'adoption disparaissent

## Barrières à l'adoption des technologies

Fréquence de mentions lorsqu'une technologie n'est pas déployée



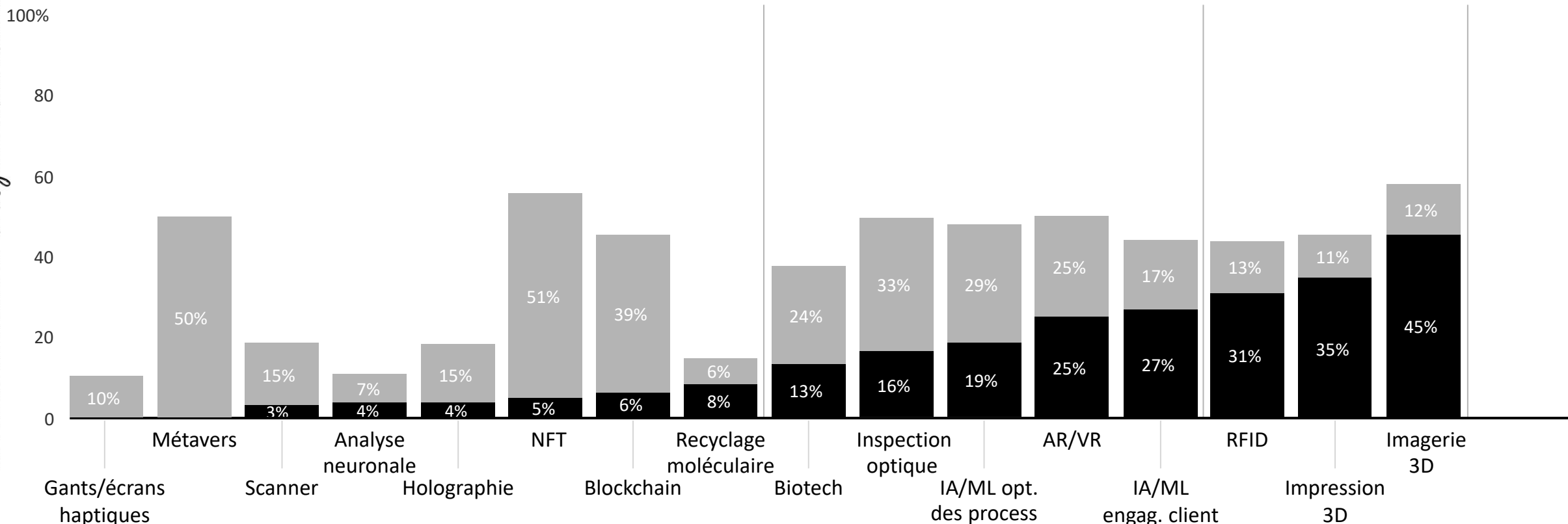
Source: Enquête Comité Colbert et Bain & Company (Mai-Juin 2022)

# Les lignes bougent, avec des taux de tests élevés

## Niveau d'adoption et de test par technologie



ASSISES DU SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS  
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES  
*la Région de l'excellence*



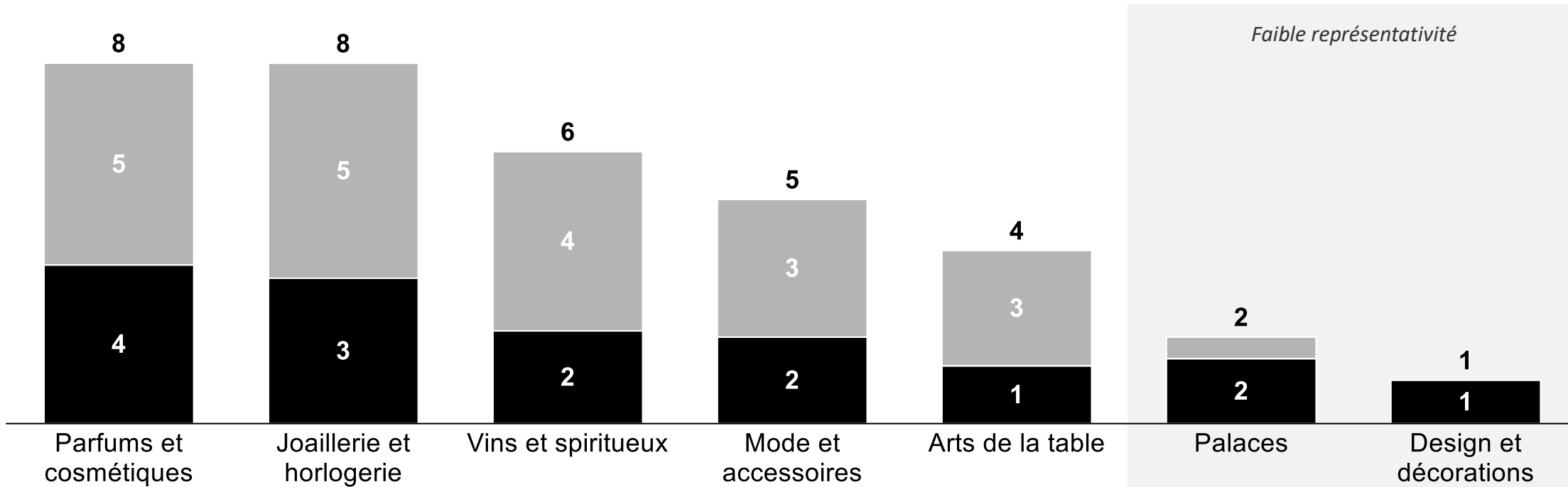
■ Adopté totalement/partiellement      ■ Testé/envisagé sous 3 ans

Source: Enquête Comité Colbert et Bain & Company (Mai-Juin 2022)

# Les secteurs de la beauté et de l'horlogerie joaillerie sont les plus avancés en termes d'adoption et de tests de nouvelles technologies

Nombre de technologies adoptées et testées par segment

■ Adopté totalement/partiellement ■ Testé/envisagé sous 3 ans



Top 1

Imagerie 3D    Impression 3D    Imagerie 3D    RFID    Imagerie 3D

Top 2

AR/VR    Imagerie 3D    AR/VR    Imagerie 3D    Impression 3D

Top 3

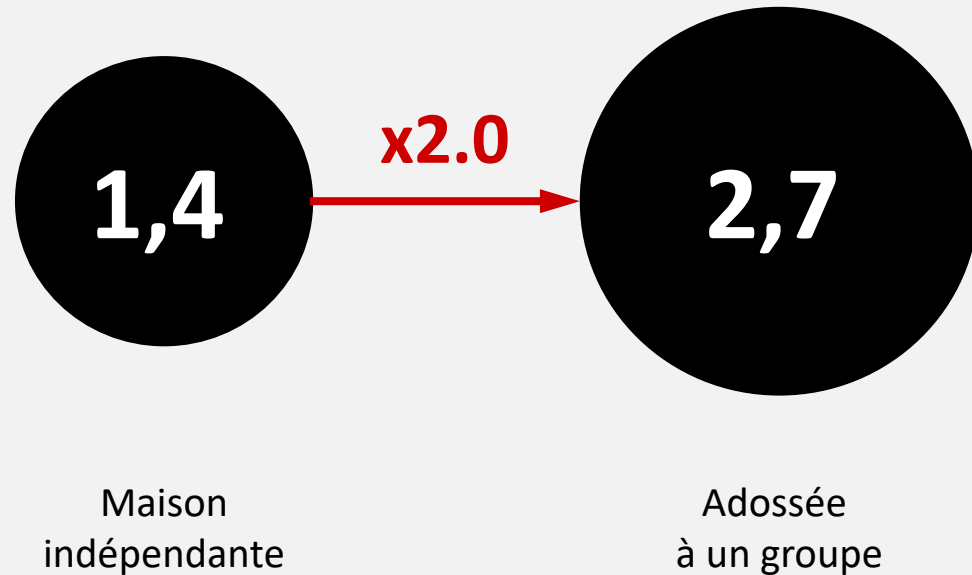
Biotech    Inspection optique    Impression 3D    Impression 3D    RFID

*Faible représentativité*

# Les Maisons adossées à un groupe mènent la danse

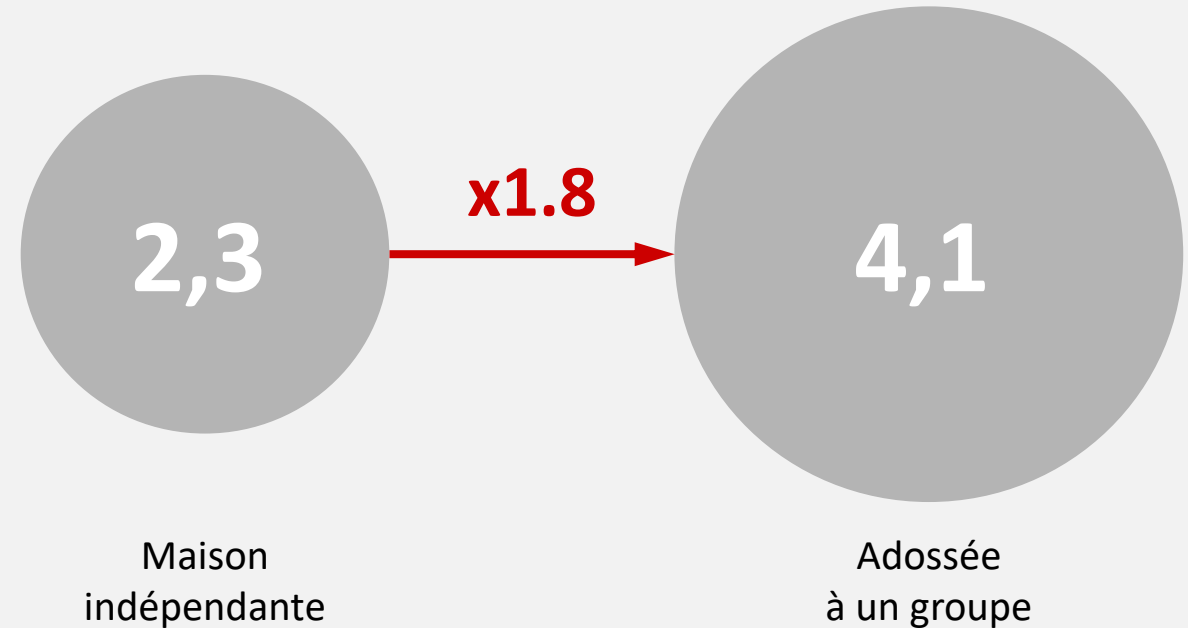
## ADOPTION

Nombre de technologies adoptées en moyenne sur les 16 mentionnées

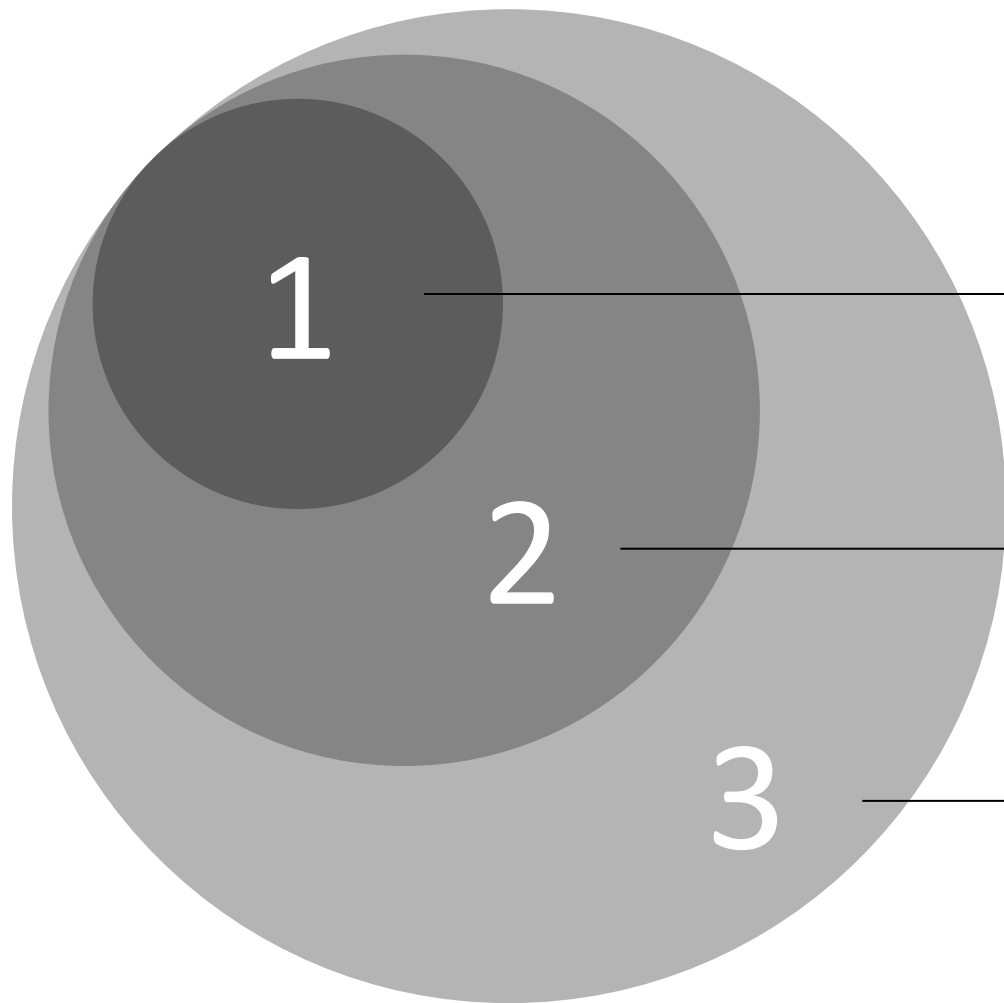


## TESTS

Nombre de technologies testées ou prévues d'être testées d'ici 2025 en moyenne sur les 16 mentionnées



# L'exploration de nouveaux champs d'applications technologiques nécessite plusieurs prérequis



## Un nouveau modèle opérationnel

Décloisonner organisations | Talents | Stratégie gestion des données | Digitalisation



## Une logique commune à l'échelle du secteur

Ecosystèmes technologiques | Consortiums | Partenariats technologiques



## Anticiper les technologies émergentes

Ouverture aux autres secteurs

# Quelques *Verbatim* de l'introduction



## Joëlle de Montgolfier BAIN & COMPANY

'on est au début d'une révolution de la technologie dans le luxe, cette technologie sert 3 objectifs : l'engagement et le service client, l'excellence opérationnelle et le développement durable'.

'Tous les acteurs du luxe sont engagés pour avoir des relations clients beaucoup plus fluides, mais aussi dans l'hypermersonnalisation et l'expérience de réalité augmentée [...] néanmoins à ce jour, pas une seule technologie adoptée par plus de la moitié des acteurs du luxe : le niveau d'adoption de la technologie demeure faible dans ce secteur'.

'Les 2 principales barrières à l'adoption des technologies sont une perception de pertinence limitée dans les cas d'usage et le manque de compétences en interne'.

'Le prérequis pour explorer de nouveaux champs technologiques serait de changer le modèle opérationnel des organisations, d'avoir une logique commune d'écosystème technologique entre les acteurs économiques (coopération) et d'anticiper les technologies émergentes'.

« Le luxe, entre savoir-faire traditionnels et nouvelles technologies, un levier de développement et d'innovation pour toutes les entreprises »



**Benoît NEYRET**  
Président Directeur  
Général  
**NEYRET TEXTILES**



**Frédéric MERMET**  
Directeur Stratégie et  
Innovations  
**FILIÈRE CHANEL**



**Stéphane de  
BRAQUILANGES**  
Directeur technique  
**FRANCÉLAT**



**Geoffroy MILLET**  
Chef d'entreprise  
Président d'Infiniment Luxe  
**D'ENNERY CONFECTION**



**Thomas LAMY**  
Président et Fondateur  
**NEO-FUGU®**





# Francéclat

Assises du Savoir-Faire Français

Auvergne-Rhône-Alpes

Lyon - 26 janvier 2022



# Mission

**Accélérateur de développement, Francéclat, Comité Professionnel de Développement Économique, a pour vocation de faire grandir et rayonner durablement les filières de l'horlogerie, de la bijouterie-joaillerie et des arts de la table en France et dans le monde.**

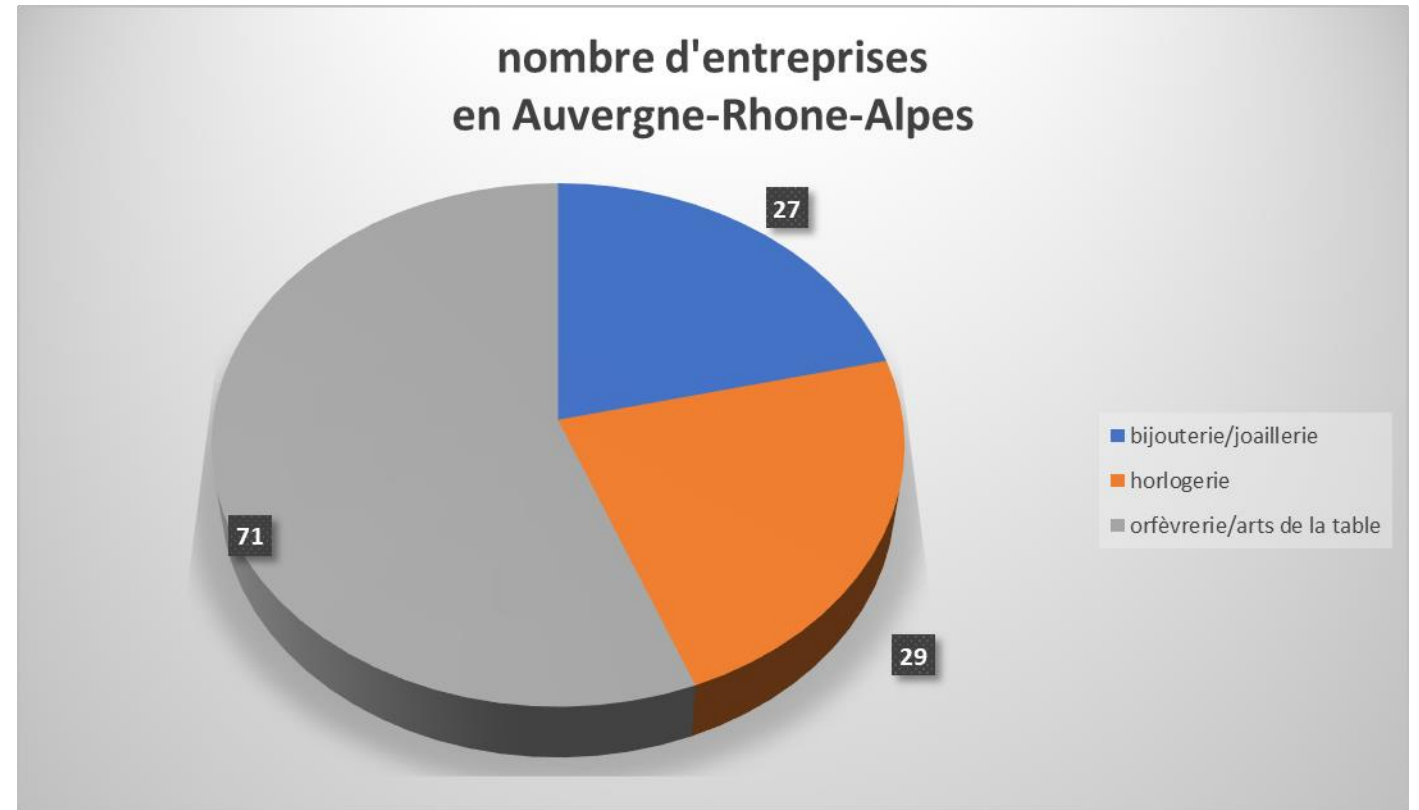
Ces 3 filières représentent en France :

- 90 000 emplois
- 20 milliards d'euros de CA
- 9 milliards d'euros d'exportations
- 13 000 entreprises en France

→ actions collectives et accompagnements personnalisés



# Zoom région



- hors distribution, bijouteries et détail
- y compris coutellerie



# Eclairer

- ✓ décrypter les marchés, scruter les évolutions,
- ✓ assurer la veille technique, réglementaire et industrielle

# Connecter

- ✓ provoquer des rencontres pour rassembler, nourrir les liens
- ✓ faciliter les partages d'expériences entre les professionnels

# Développer

- ✓ accélérer le développement et la création  
→ communication, accompagnement...
- ✓ stimuler l'innovation et la performance industrielle



# Accompagner



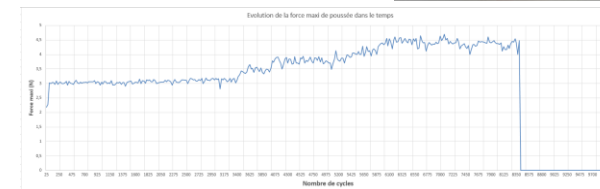
- **Processus industriels sur tout le cycle de vie du produit**
  - étudier/comprendre & diffuser l'information (notes/rapports, lettre)
  - prestations d'accompagnement : mise au point/optimisation

- matériaux (alliages métaux précieux, revêtements...)
- fonte à cire perdue
- plate-forme fabrication additive
- soudage / brasage
- plate-forme polissage automatisé
- marquage et gravage laser



- **Un laboratoire matériaux et essais**

- caractérisations, métallographie, analyses MEB
- essais mécaniques, physiques, chimiques, endurance
- contrôle du titre en métaux précieux, poinçonnage
- contrôle des montres, fiabilité des produits et composants horlogers



- **Normalisation et réglementation**

- bureau Français de Normalisation horlogerie et bijouterie/joaillerie
- veille réglementaire



# Industrie 4.0

## Pourquoi ?

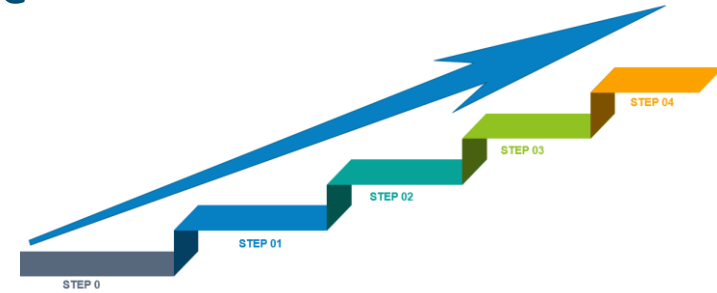
### ➤ Réduire les temps de développement

- collections courtes et enchainement rapide
- créativité toujours plus challengeante
- capacitaire du marché



### ➤ Améliorer la performance opérationnelle

- réduire le lead time
- baisser les stocks et les encours, diminuer les rebuts
- optimiser l'engagement main d'œuvre et optimiser l'adéquation charge / capacité



### ➤ Repousser les limites dans nos industries créatives



### ➤ Répondre aux engagements RSE

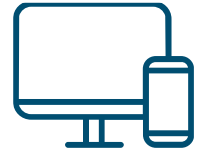
- recycler, baisser l'empreinte carbone
- tracer
- certifier



# Industrie 4.0

## Comment ?

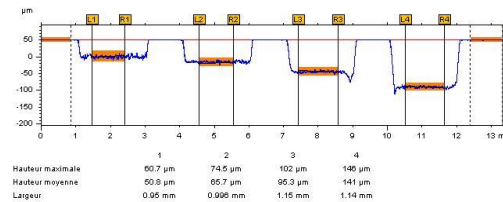
- **Digital** : CAO, CFAO, numérisation process, ERP, IA...



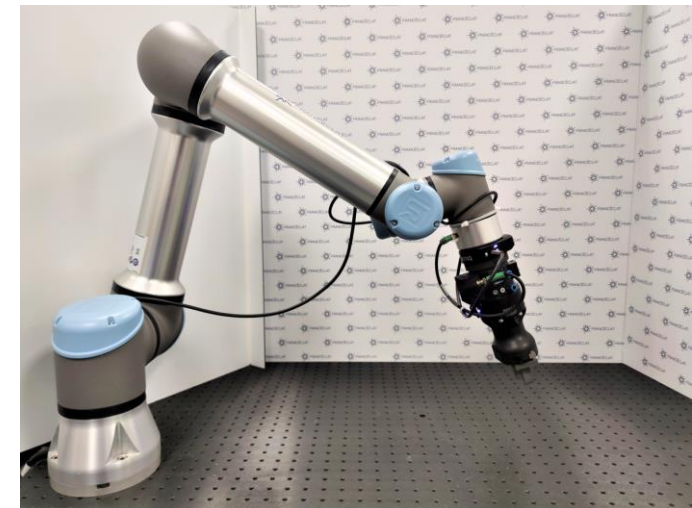
- **Polissage automatisé** : tribofinition, électropolissage...



- **Marquage laser des poinçons de garantie**



- **Robotisation** : fabrication, tests



# Industrie 4.0

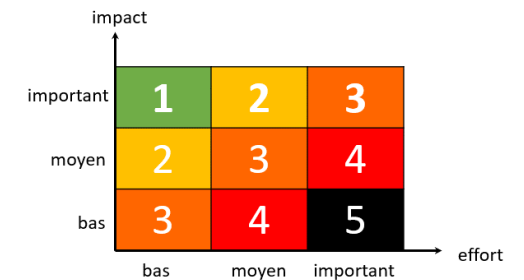
## Comment ?

### ➤ Fabrication additive

- Résines pour FCP
- Supports de process ou de tests
- Fabrication directe → plateforme SLM

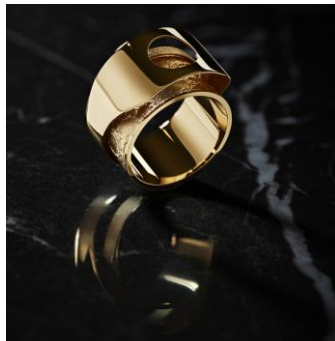


### ➤ lean manufacturing : management / adhésion



- **2023 : lancement du parcours industrie du futur Francéclat**  
accompagnement de la stratégie de l'entreprise

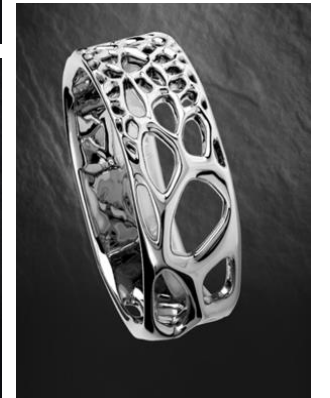
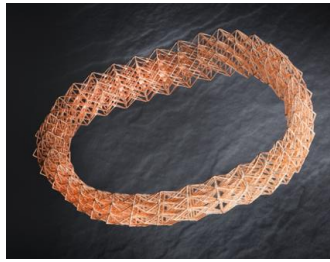




# Les pièces du concours 2021

# Les pièces du concours 2017

ASSISES DU SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS  
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES *la Région de l'excellence*







# NEO-FUGU® - ERP & MES Manufactures de luxe

+90 ateliers équipés dans le monde, sur l'ensemble de la chaîne de valeur

ASSISES DU SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS  
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES  
la Région de l'excellence

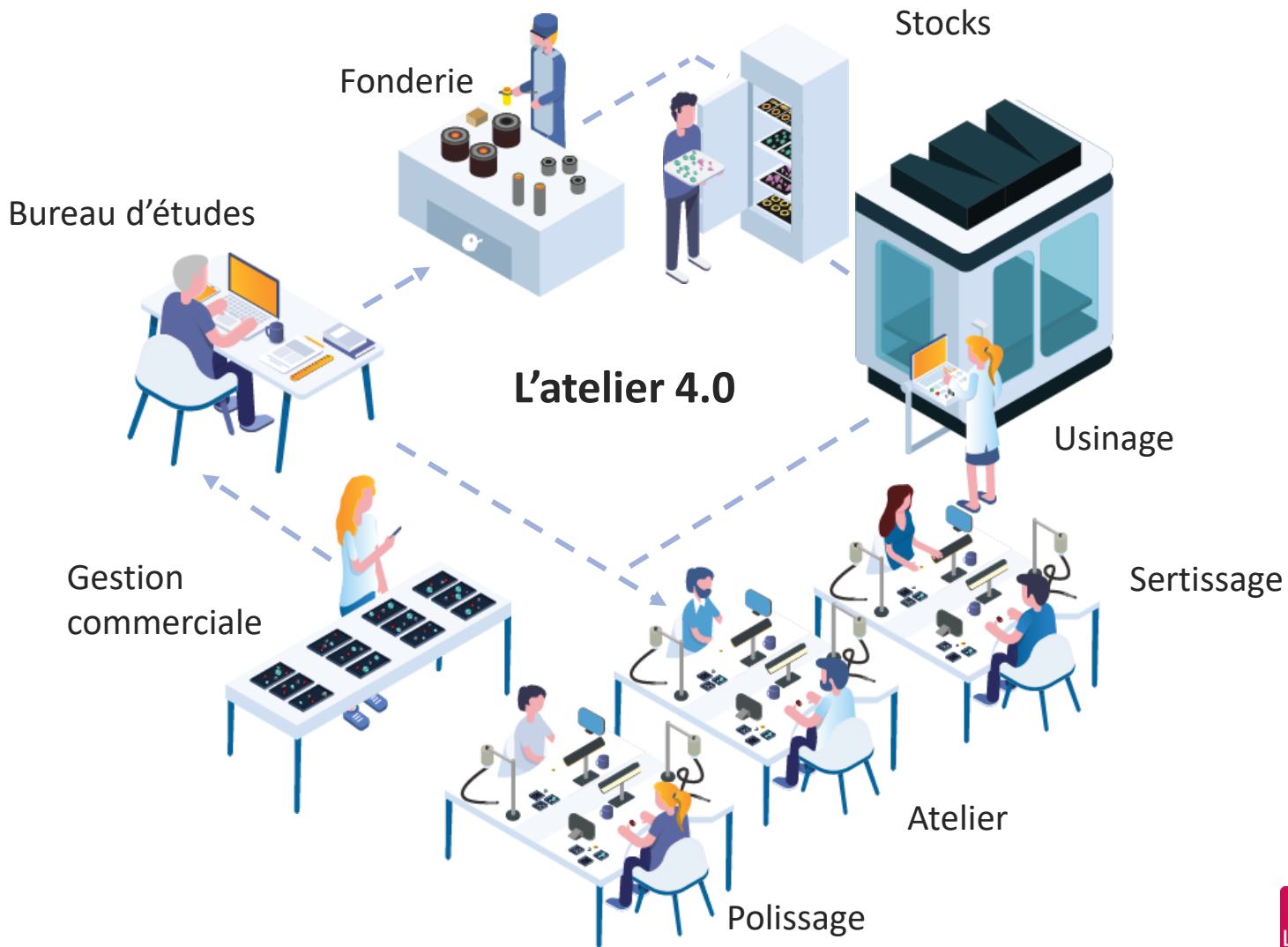
-  Joaillerie
-  Horlogerie



Maroquinerie



Textile



# NEO-FUGU® - ERP & MES Manufactures de luxe

+90 ateliers équipés dans le monde, sur l'ensemble de la chaîne de valeur

ASSISES DU SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS  
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES *la Région de l'excellence*



Haute joaillerie



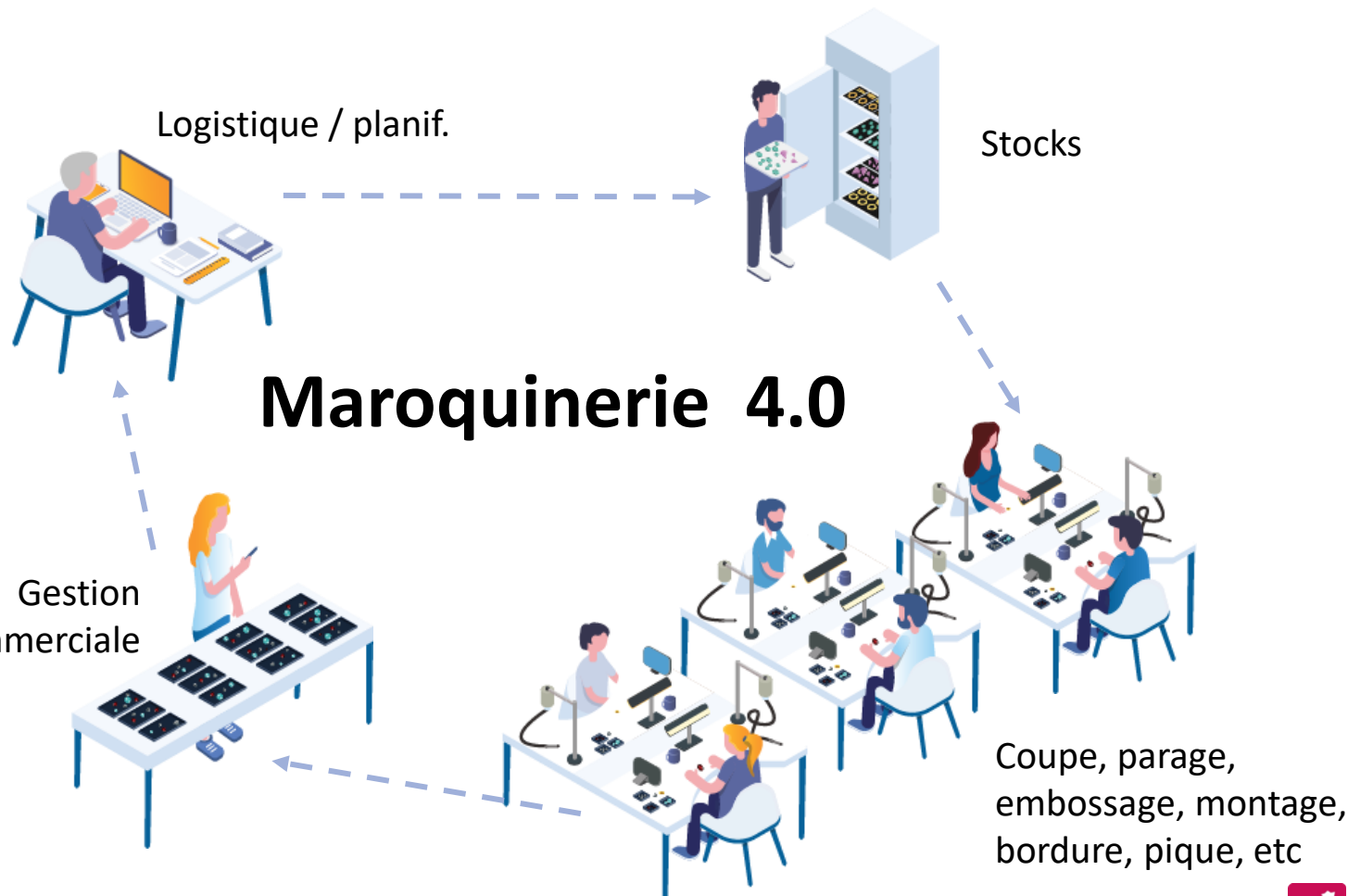
Joaillerie & Fantaisie



Maroquinerie



Textile



ASSISES DU SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS  
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES *la Région de l'excellence*



# Quelques *verbatim* des interventions



## **Geoffroy MILLET - D'ENNERY CONFECTION et INFINIMENT LUXE**

'Nous développons actuellement un projet en consortium pour mettre au point une couette connectée, qui permettra de mesurer la qualité du sommeil avec la société @créative-mecatronic et l'unité du sommeil du CHU de Clermont Ferrand'



## **Frédéric Mermet - Filière Chanel**

'Il y a une filière intégrée et interconnectée de la soie en région Auvergne-Rhône-Alpes, ce qui est assez unique en Europe'.


'Les grandes marques du luxe examinent toutes les technologies émergentes de par le monde. En région les entreprises doivent répondre à ces exigences techniques attendues par les donneurs d'ordre'.

'Il y a de grands enjeux sur le textile à travers l'économie circulaire, le recyclage et la recyclabilité. On est au balbutiement mais la technologie va permettre d'apporter des solutions [...] la formation et la montée en compétences sont essentielles pour avancer'.

'En ce qui concerne le marché de la secondeMain, les stratégies des grandes marques sont très diversifiées. Dans le futur, les vêtements devront contenir 30% de matières recyclées. Cela incitera à réimplanter des filatures localement.'

# Quelques *verbatim* des interventions



 **Benoit NEYRET - NEYRET TEXTILES** ‘L’innovation est la clé du développement durable et du développement de nos emplois dans la filière #luxe »’

Rapprocher le monde traditionnel du luxe et celui des nouvelles technologies engendre une symbiose économique harmonieuse, pourvoyeuse d’activité et d’emploi.

‘Il faut maintenir nos savoir-faire traditionnels et, en même temps, les compléter avec la technologie. Le #numérique va permettre de répondre aux aspirations des consommateurs de demain et renforcera la pérennité et la croissance de la filière’.



 **Stéphane de BRAQUILANGES – FRANCÉCLAT**

‘Il y a des enjeux importants de performance industrielle : réduire le temps de développement, améliorer la performance opérationnelle, repousser les limites des filières créatives, développer la robotisation. On retrouve de la fabrication additive de plus en plus sur les supports de process et dans la fabrication directe.’

‘En matière de fabricants, le bassin lyonnais est le second bassin français sur la joaillerie’.



 **Thomas Lamy - Néologix**

‘on ne révolutionne pas le savoir-faire historique des ateliers d’un seul coup en introduisant des technologies, on les fait avancer pas à pas (approche kaizen).’

‘la recyclabilité des matières précieuses engendre une #traçabilité très forte, donc le recours à des solutions numériques s’avère essentiel’



## 2<sup>nd</sup>e Table Ronde

« Le luxe,  
une source d'inspiration pour toutes les  
entreprises : transition environnementale  
et RSE, valorisation des savoir-faire et des  
métiers ... »

« Le luxe, une source d'inspiration pour toutes les entreprises : transition environnementale et RSE, valorisation des savoir-faire et des métiers ... »



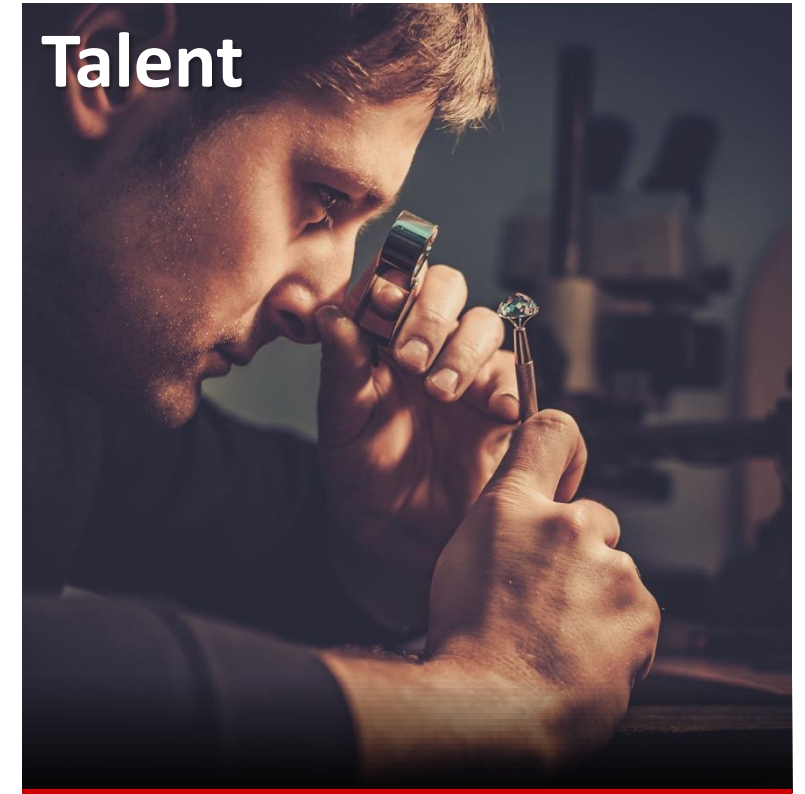
**Joëlle de Montgolfier**  
Vice-Présidente Exécutive du  
pôle Luxe  
**BAIN & COMPANY**

**RSE, un nouveau défi  
pour la filière du luxe en France**



# Futurs enjeux de la filière Luxe

# Trois enjeux clairement identifiés pour la filière Luxe



# La RSE est un sujet complexe qui englobe un large champ de thèmes

<b>R</b>  <b>Responsabilité</b> Agir de manière responsable	 Règles de gouvernance	 Ethique des affaires	 Transparence & gestion du risque	 Relations avec des tierces parties	 Pratiques fiscales	 Impacts économiques indirects	 Réglementations nationales et internationales
<b>S</b>  <b>Sociale</b> S'engager pour l'équité	 Droits de l'Homme	 Droit du travail	 Diversité, équité & inclusion	 Santé et bien-être	 Sécurité et accessibilité des clients	 Cyber-sécurité & protection des données numériques	 Partenariats communautaires
<b>E</b>  <b>Environnementale</b> Vivre dans les limites de la planète	 Empreinte Carbone	 Eau	 Utilisation des ressources, gâchis & circularité	 Substances dangereuses	 Qualité de l'air	 Usage des terres et mers	 Biodiversité & équilibre écologique

# En matière de luxe, il n'existe pas de définition commune de la RSE

Pas de définition unique et reconnue

Pas de standard commun de la mesure d'impact



**450+** CERTIFICATIONS tout au long de la chaîne de valeur



**600+** notations et classements RSE, par plus de 70 prestataires



Plusieurs INITIATIVES et COALITIONS RSE



# Cependant, l'industrie est désormais entrée dans une phase dans laquelle elle va devoir démontrer son impact

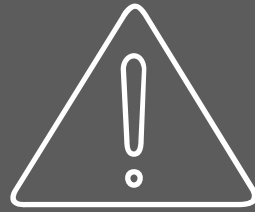
1950 – 2010

De la qualité au  
volume



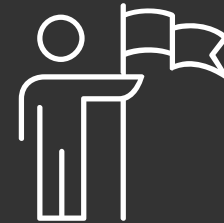
2010 – 2020

La RSE devient un  
sujet grand-public



2015-2020

Les acteurs de la  
filière définissent  
leurs buts et fixent  
des cibles



2020-2030+

La filière doit démontrer  
ses résultats



# La réglementation devrait jouer un rôle d'accélérateur de la démarche RSE

Des textes de loi forcent les acteurs à s'engager



## UE : STRATEGIE POUR DES TEXTILES DURABLES

- Les produits textiles mis sur le marché de l'UE d'ici à 2030 doivent être :
  - durables, réparables et recyclables ;
  - fabriqués en grande partie à partir de fibres recyclées ;
  - exempts de substances dangereuses ;
  - produits dans le respect des droits sociaux des salariés et de l'environnement.

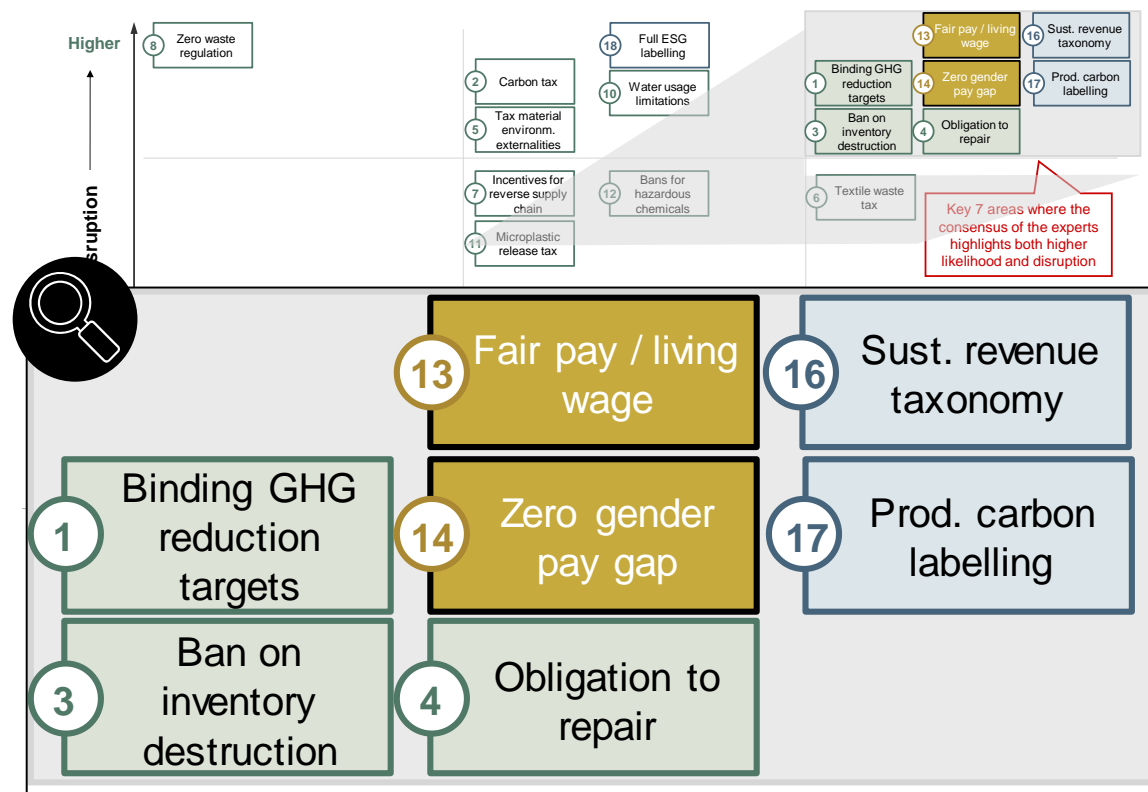


## INTERDICTION DE LA DESTRUCTION DES INVENDUS

- Interdiction pour les marques de textile, linge de maison et chaussures de détruire leurs invendus
- 3 alternatives: réemploi (notamment par le don), réutilisation, recyclage

Une étude Bain a déjà identifié 7 autres thèmes de réglementation susceptibles d'évoluer rapidement

### Bain research on most likely ESG regulation in fashion in the next 5-10 years





# 5 themes RSE semblent particulièrement critiques pour les marques de luxe et de mode



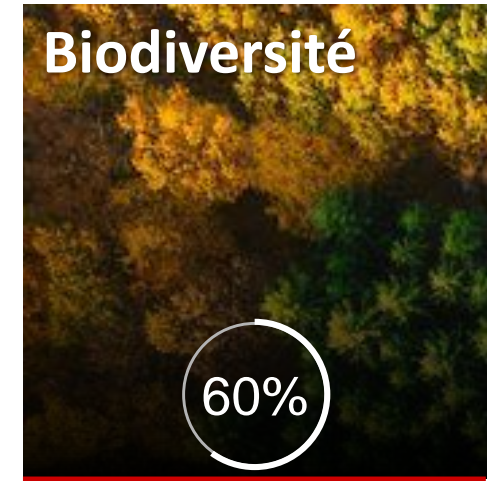
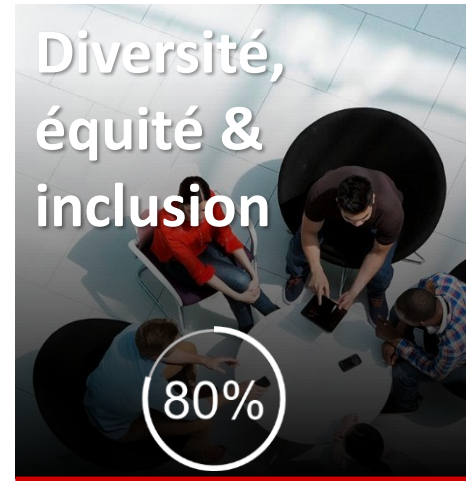
Interdépendances amont et aval (scope 3)



Surproduction

Gâchis (73%<sup>1</sup> des vêtements terminent dans une décharge ou un incinérateur)

Modèles circulaires



*De marques Luxe & Mode qui déclarent ce thème comme un pilier central de leur approche RSE dans leur rapport annuel*

# L'innovation doit permettre de progresser en RSE, mais elle est principalement menée par des start-ups. Il faudra développer des partenariats et écosystèmes

Marques possédant une technologie RSE propriétaire

/ NON EXHAUSTIF



Créativité & développement produit

Achat de matières premières

Traitement des matières premières

Production

Distribution

Usage

Fin de (1ère) vie

Sociétés spécialisées en innovation RSE



# Autre enjeu pour la filière du luxe : recruter, former et fidéliser les talents nécessaires à son développement futur

85%

% des maisons du Comité Colbert connaissant des difficultés de recrutement sur les métiers de production

20 000

Nombre de postes de production à pourvoir dans la filière Luxe en France

N°2

« Manque de compétences en interne » : 2<sup>ème</sup> raison la plus citée par les membres du Comité Colbert comme frein à l'adoption technologique



# Quelques *Verbatim* de l'introduction



🗨 Introduction par Joëlle de Montgolfier BAIN & COMPANY

‘En matière de RSE le top 5 des thèmes critiques pour la filière luxe : réduire l’empreinte carbone, augmenter les modèles circulaires, diversité - équité et inclusion, traçabilité et transparence avec les fournisseurs, respect de la biodiversité [...] la résolution des enjeux RSE par l’innovation stimule un important réseau de start-up’

‘en terme d’emploi, ce sont plus de 20 000 postes qui seront à pourvoir dans la filière dans les 10 ans à venir.’

« Le luxe, une source  
d'inspiration pour toutes les  
entreprises : transition  
environnementale et RSE,  
valorisation des savoir-faire et  
des métiers ... »



**Jacques BLANCHET**

Vice-président – délégué à la formation professionnelle  
et à l'apprentissage

**RÉGION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES**

Membre élu du Directoire - **AUVERGNE-RHÔNE-ALPES ENTREPRISES**



**Tony MAQUAIRE**

Directeur Général

**OTELINE**



**Caroline ACOCA**

DRH Business Unit Joaillerie

Horlogerie

**CHRISTIAN DIOR  
COUTURE**



**Michel BALDOCCHI**

Directeur Général

**HAUTE ECOLE DE  
JOAILLERIE**



**Stéphanie SALASC**

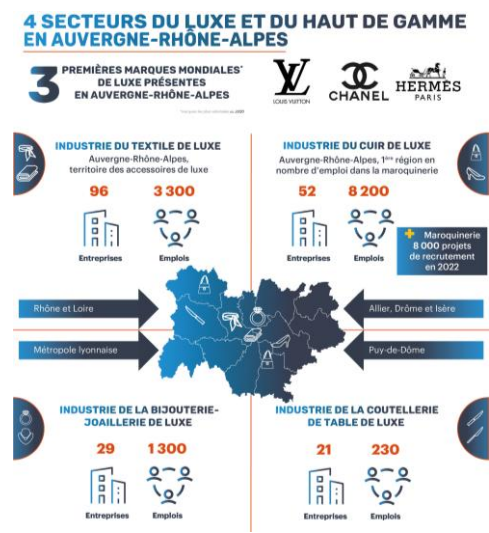
Conseillère en Formation

Continue Filière Textile Mode Cuir

**GRETA CFA LYON**

# Panorama Edition 2022 : Les Marchés du luxe et du haut de gamme en Auvergne-Rhône-Alpes

Dans les secteurs du textile, cuir, bijouterie joaillerie et de la coutellerie de table



**La Région**  
Auvergne-Rhône-Alpes  
**ENTREPRISES**

*Fiers de nos industries*

**LES MARCHÉS DU LUXE ET DU HAUT DE GAMME EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES**  
DANS LES SECTEURS DU TEXTILE, CUIR, BIJOUTERIE-JOAILLERIE ET DE LA COUTELLERIE DE TABLE  
Panorama régional - Mars 2021 - Édition 2022

Intelligence Économique et Territoriale

# MISSION RÉGIONALE SUR LE SALON SUISSE EPHJ MÉTIERS DE LA HAUTE PRÉCISION



Le **salon suisse EPHJ** est un salon de renommée internationale dédié aux métiers de l'**horlogerie-joaillerie** et des **micro-technologies**.

**EXPOSEZ SUR LE PAVILLON AUVERGNE-RHÔNE-ALPES**  
visibilité et aide financière régionale

**INTÉGREZ LA DÉLÉGATION D'ENTREPRISES RÉGIONALES**  
un parcours de visite sur mesure le 7 juin 2023

→ Pour plus d'information, participez à **la réunion de promotion de la mission organisée le 22 février à 9h30** (webinaire ou présentiel à Lyon)

ASSISES DU SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS  
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES *la Région de l'excellence*





# Quelques *verbatim* des interventions



## Jacques BLANCHET – REGION AUVERGNE-RHONE-ALPES

‘L’enjeu de l’Agence @Auvergne-Rhône-Alpes Entreprises : rapprocher le temps contraint des entreprises et celui des collectivités.’

‘sur les activités du luxe, chiffres clés : 13000 salariés en région, 1500 emplois seraient à pourvoir dans les 3 ans. Or les organismes de formation en région procurent 150 personnes qualifiées chaque année. La Région avec l’État vont mettre en place des programmes pour aller récupérer les personnes éloignées de l’emploi pour répondre à ces besoins’

‘la promotion des métiers industriels auprès des jeunes est aussi un enjeu de communication pour les entreprises. Ce n’est pas seulement l’apanage des pouvoirs publics comme la Région’



## Caroline ACOCA - CHRISTIAN DIOR COUTURE

‘Rachat de 2 PME de la région : OTELIN et FG MANUFACTURE par DIOR : une magnifique opportunité dans le cadre de notre stratégie industrielle. C’est une première pour nous d’intégrer le métier de la joaillerie’

‘En matière de Ressources Humaines l’enjeu N°1 est de recruter dans de bonnes conditions les candidats, et savoir surtout les fidéliser. L’enjeu N°2 est de conserver les savoir-faire "coeur" de l’entreprise, gage de toute la valeur de la marque.’

‘Nous travaillons sur 4 axes RH : attirer les talents quelle que soit leur origine, développer les compétences de chacun tout au long de leur carrière, résister les conditions de travail, travailler le parcours d’évolution professionnelle des salariés afin de leur donner de la vision dans l’entreprise’.

# Quelques *verbatim* des interventions



 **Tony MAQUAIRE - OTELIN**


‘L’entreprise est très engagée en RSE depuis longtemps. C’est la deuxième entreprise à avoir obtenu en France le label RSE mis en place par la filière joaillerie [...] Nous avons des ambitions de croissance très importantes, avec le support du groupe DIOR’

‘En termes de RSE, il vaut mieux parler de partenaires que de sous-traitants dans la filière joaillerie régionale. Cela définit davantage les relations que les acteurs de la chaîne de valeur entretiennent entre eux’.

Le travail du parcours professionnel d’un salarié dans l’entreprise est incontournable. La rémunération est nécessaire mais non suffisante. L’entreprise a ainsi positionné certains de ses collaborateurs sur de nouvelles activités à haute valeur ajoutée suite au rachat par Christian Dior.

La pénurie de main d’œuvre nécessite un partenariat inter-marques car l’enjeu est systémique

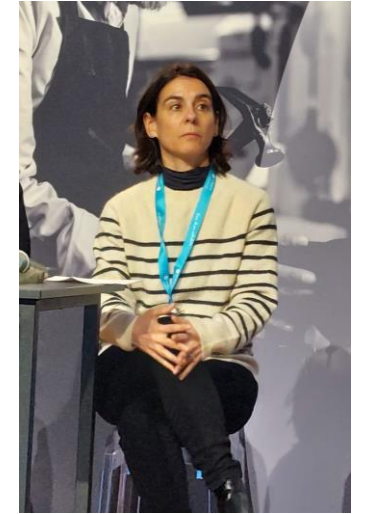


 **Michel BALDOCCHI – HAUTE ECOLE DE JOAILLERIE**

‘Le grand axe de développement du secteur de la joaillerie c’est l’industrialisation de la production’.

‘en dehors des métiers les plus renommés, l’école forme à des métiers dits de niche, néanmoins essentiels. Et les nouvelles technologies viennent aussi enrichir les formations existantes’

‘Les métiers de la joaillerie attirent pour une reconversion professionnelle car ils peuvent produire du sens en élaborant un produit à très haute valeur ajoutée avec un fort potentiel artisanal voir artistique’.



 **Stéphanie Salasc – GRETA CFA LYON**

‘Sur la filière textile, mode et cuir, les besoins RH exprimés par les entreprises sont de mettre en œuvre très rapidement des modules de formation qui sont très souvent délocalisés dans les entreprises’.

‘Les entreprises doivent rencontrer les jeunes et travailler leur marque employeur’.

# Conclusion

**Stéphanie PERNOD,**  
**1ère Vice-Présidente de la**  
**RÉGION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES**



**La Région**

Auvergne-Rhône-Alpes

**ENTREPRISES**

**ASSISES DU SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS**

**AUVERGNE-RHÔNE-ALPES**

*la Région de l'excellence*

26 Janvier 2023 - Lyon

Conférences | Networking