

L'USINE NOUVELLE

HIGH-TECH

Nous avons désossé l'iPhone X

PAGE 14

VIDÉOPROTECTION

Quand les pixels s'arment d'intelligence

PAGE 48

GUIDE

Mettez du lean dans votre R & D

PAGE 54



VINCENT BEDOUIN,
PRÉSIDENT DU GROUPE LACROIX
« La filière électronique doit se transformer » PAGE 8

N° 3539 . SEMAINE DU 23 AU 29 NOVEMBRE 2017 . 5,90 EUROS

Sozialdialog

Overenskomststiftelse

Gensidighed

Læveplads

CPF

Begleitung

Accompagnement

DANEMARK, ALLEMAGNE, FRANCE

FORMATION CE QUI MARCHE

Inégalitaire, illisible, inadaptée... La formation professionnelle est accusée de tous les maux dans l'Hexagone. L'Usine Nouvelle a recensé les dispositifs efficaces au Danemark, en Allemagne et... en France.

Ledsage

Umschulung

Gensidighed

Alternance

WAS FUNKTIONIERT



TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

CETTE SEMAINE **TOTAL** PAGE 10



CHRISTINE KERDELLANT
DIRECTRICE DE LA RÉDACTION

NOTRE FUTUR EST DÉJÀ ÉCRIT (SUITE ET FIN)

Flowing, accessing, screening, filtering, remixing, interacting, tracking, questioning... Cette série de participes présents résume les tendances lourdes de nos comportements et donc des marchés de demain, tels que Kevin Kelly, l'ancien rédacteur en chef du magazine «Wired», les annonce dans «The inevitable» [voir sur usinenouvelle.com.].

FLOWING. C'est vivre avec des flux permanents : flux d'information, d'images, de musique, tout pouvant être copié et tout devenant donc gratuit. Comment alors gagner de l'argent avec ce que l'on produit ? En proposant des services mieux que gratuits. L'immédiateté, par exemple. Tout le monde peut entendre un morceau de musique gratuitement, mais pour en jouir le premier, certains sont sûrement prêts à payer. On paye bien un abonnement pour recevoir une information en exclusivité, c'est-à-dire, en réalité, en premier. Autre piste, la personnalisation. L'aspirine est presque gratuite aujourd'hui, mais l'aspirine adaptée à votre ADN (plus efficace) vaudra davantage. Il y a aussi l'incarnation : les vidéos des Rolling Stones ne valent plus rien, mais les voir en vrai vaut une fortune. Valorisés aussi : l'authenticité (avec certificat) ou le parrainage.

ACCESSING. On n'achète plus de CD, on s'abonne à Deezer. La possession n'intéresse plus, seule compte l'accessibilité (autre manière de faire payer). Elle se généralise déjà : pour les appartements (Airbnb...), les vêtements (Instant Luxe, Vestiaire Collective...), les voitures (Drivy...), et bientôt les meubles, les tableaux, les jouets. Viendra le jour où on ne possédera plus rien, ou plus grand-chose, mais où tout sera accessible, tout le temps. Le socialisme digital ?

FILTERING. La profusion est telle que nous passons notre temps à filtrer (en fonction des marques, du prestige des émetteurs, de nos amitiés, de nos allergies...). L'investis-

seur et pionnière de l'internet Esther Dyson, noyée sous les e-mails et convaincue que «le mail est un système qui permet à n'importe qui d'ajouter des choses à faire sur votre to-do list», propose de faire payer (quelques centimes) tout émetteur qui veut qu'elle lise ce qu'il lui envoie. De même, les annonceurs payeront pour qu'on regarde leur publicité.

TRACKING. En 2020, 54 milliards de capteurs seront produits en un an. Toutes les voitures, depuis 2006, ont une puce qui enregistre notre vitesse, nos virages, nos freinages, nos accidents... Des caméras retiennent nos déplacements, de même qu'Uber ou les compagnies aériennes. Nos e-mails, nos coups de fil, nos trajets à pied sont figés par nos téléphones. Google nous reconnaît sur les photos des autres, il sait où nous étions et quand. Il n'y a pas d'alternative à la société de la transparence. Seul avantage, nous dit-on : toutes ces données sont exploitées par l'intelligence artificielle pour proposer de nouveaux services, de nouveaux produits... ou de nouveaux traitements. Le self tracking facilitera le travail du médecin.

INTERACTING. Il y a longtemps que l'interactivité est une tendance qui monte. Mais nous sommes loin du but. Ce PC sur mon bureau, par exemple, n'est pas vraiment interactif (mon mobile, grâce à Siri, l'est un peu plus). Bientôt, il saura si je suis ou non devant l'écran ; si je pars, il sauvegardera les fichiers en cours. Reconnaisant mon visage, il n'acceptera pas de s'ouvrir à n'importe qui. Et quand je lui poserai la question «Où est mon fils en ce moment?», il sera capable de me répondre. Inévitable... ■

Bientôt, vous ne posséderez plus rien, mais tout ce que vous voudrez sera accessible, tout le temps.

VOS COMMENTAIRES SONT LES BIENVENUS
ckerdellant@usinenouvelle.com


[@ckerdellant](https://twitter.com/ckerdellant)





LES FORMATIONS QUI MARCHENT SUR LE TERRAIN

Inégalitaire, illisible, inadaptée. Si la formation professionnelle est accusée de tous les maux, des initiatives ont prouvé leur efficacité à l'échelle d'une filière, d'une région, d'un pays...

PAR CÉCILE MAILLARD

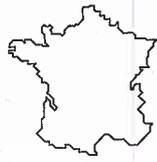
Je suis d'accord pour prendre des apprentis, mais vous vous occupez de tout...» Pierre Hinnekint, le directeur général d'Opcalia, entend souvent cette formule dans la bouche des patrons de PME. Pourtant, il leur propose une aide qui ne relève pas directement des attributions des organismes paritaires collecteurs de l'argent (Opc) de la formation et de la taxe d'apprentissage. La complexité des circuits financiers et de la gouvernance de la formation professionnelle, initiale et continue, pénalise aussi les salariés : seul un million d'entre eux a utilisé son compte personnel de formation (CPF) depuis l'ouverture du dispositif, en 2015. «Un bel outil, mais illisible pour les gens», critique le patron de la Fédération de la formation professionnelle, Jean Wemaëre. «Les salariés nous laissent gérer leur compte», reconnaît Paul Martin-Lalande, patron de Femilux, PME du textile de la Sarthe. Le CPF devait pourtant être l'outil de la liberté individuelle... →

À l'image du textile, les filières s'organisent pour former une main-d'œuvre qualifiée. Ici, l'atelier de Femilux, dans la Sarthe.



REPORTAGE

EN FRANCE, LE TEXTILE FORME SUR MESURE



Grâce à une mobilisation des entreprises du Grand Ouest, 1500 demandeurs d'emploi ont été embauchés depuis 2002 après avoir bénéficié d'une formation adaptée.

PAR CÉCILE MAILLARD PHOTOS PASCAL GUITTET

Au cœur de l'atelier de confection, une douzaine de jeunes femmes sont penchées sur leur machine à coudre. Au chômage il y a encore quelques semaines, elles sont arrivées début octobre chez Macosa, entreprise de 105 salariés (3,3 millions de chiffre d'affaires en 2016) de la Sarthe, pour apprendre le métier de mécanicienne en confection. Une formatrice du Greta, ancienne salariée du textile à la retraite, leur enseigne les gestes de la profession. Exigeants : sur les soutiens-gorge, dont Macosa est l'un des derniers fabricants français, la précision est de l'ordre du millimètre...

Après avoir vécu plusieurs restructurations, Macosa est en pleine croissance. Depuis trois ans, face aux difficultés à trouver des salariés formés, le fabricant de lingerie haut de gamme, maillots de bain et marinières, a installé cette « école » dans ses murs. Les demandeurs d'emploi sont présélectionnés par Pôle emploi, par la méthode de recrutement par simulation (MRS), qui permet de tester leur dextérité. Ceux retenus par l'entreprise suivront 400 heures de formation dans le cadre d'une préparation opérationnelle à l'emploi (POE), selon un montage mis en place et financé par Opcalia, organisme paritaire de formation. Douze personnes ont été recrutées grâce à ce dispositif.

Les insuffisances de la formation initiale

À une heure de là, à l'entrée du village de Brûlon (Sarthe), Femilux (80 personnes) a lui aussi installé au cœur de son atelier, un espace formation. À quelques mètres des six personnes en POE, défilent sur des portants de luxueux manteaux, blousons, imperméables de très grandes marques de luxe. Des matériaux chers, sur lesquels aucune erreur n'est possible. Avec les autres entreprises détenues par ses frères et son père, Paul Martin-Lalande, le dirigeant de



Le secteur du textile redémarre. Le groupement familial auquel appartient Femilux compte 500, salariés contre 200 il y a cinq ans.



Il faut trois à cinq ans pour qu'une couturière acquière les compétences de ses aînés.

Femilux, fait travailler 500 salariés. Ils n'étaient que 200 à cinq ans. Dans sa ligne de mire : le système scolaire. « À deux heures de couture par semaine, quand elles sortent bac pro des métiers de la mode, les jeunes filles ne savent pas faire grand-chose, critique Paul Martin-Lalande. En dix mois de POE, les personnes que nous formons ici sont compétentes. » Une critique récurrente chez les patrons la mode... L'Éducation nationale, comme beaucoup, a cru la production textile morte en France. Les lycées professionnels forment des stylistes et modélistes, des métiers où les places sont rares. « On vend du rêve, alors que nos entreprises ont besoin de salariées qui savent coudre », relève Laurent V



« Beaucoup de patrons refusent des contrats faute de personnel. La formation est une urgence absolue pour maintenir un secteur textile de haute qualité en France. »

Laurent Vandendorp, délégué général de Mode Grand Ouest

ENQUÊTES

EN COUVERTURE

Chez Macosa, une salariée du textile à la retraite est venue former les nouvelles recrues.

Cosy Design recrute et forme pour faire face à la croissance de son activité sellerie.



denbor, le délégué général de Mode Grand Ouest, un groupement de 105 professionnels de la mode. Depuis 2010, le secteur redémarre très fort. Mais «il est pris en tenaille entre les départs à la retraite et les insuffisances de la formation initiale», analyse-t-il.

En 2012, Laurent Vandendor, par ailleurs directeur régional du département textiles-mode-cuirs d'Opcalia, a pris le taureau par les cornes et lancé le programme de POE baptisé Trans-Faire. Il a permis à 1 500 demandeurs d'emploi de se former, embauchés à 90 % par plus de 150 PME. «Sans ces recrutements, de nombreux marchés auraient quitté la France, estime-t-il. Beaucoup de patrons refusent des contrats faute de personnel, et s'inquiètent pour leurs futurs développements. La formation est une urgence absolue pour maintenir un secteur textile de très haute qualité en France.»

Une attractivité à améliorer

La profession doit aussi faire un effort pour accroître son attractivité. Les salariés, rémunérés au smic, ne bénéficient pas de vrais avantages sociaux. Or, dans ces bassins d'emploi où le taux de chômage frôle les 5 %, «il y a une bataille des

compétences et il faut être socialement force de proposition pour être attractif», reconnaît Jean-Yves Papin. Les cinq sociétés de mode du groupe Hofica qu'il dirige, dans la région choletaise (Maine-et-Loire), ont accueilli, en quelques années, une centaine de POE, dont les trois quarts ont fait l'objet d'un recrutement en CDI. Une nouvelle société a été créée en juin 2016, Cosy Design, pour faire face à la croissance de l'activité sellerie. Et est passée rapidement de 20 à 45 salariés avec le recrutement de 15 personnes formées avec Trans-Faire. Et ce n'est pas fini : l'entreprise vise les 75 salariés avec l'ouverture d'un nouveau bâtiment, courant 2018. Faute de selliers industriels sur le marché du travail, elle envisage de continuer à former des demandeurs d'emploi...

Pour Laurent Vandendor, il est temps de passer des «soins palliatifs», montés dans l'urgence, à une solution plus pérenne. «Cela passera forcément par un partenariat plus serré avec l'Éducation nationale.» C'est en bonne voie : un campus multisites des métiers de la mode qui rassemblera tous les acteurs de la formation vient d'être lancé. ■

SUITE DE NOTRE ENQUÊTE P. 44 →