



GRANDLYON
communauté urbaine

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL DE COMMUNAUTE

Séance du **26 avril 2010**

Délibération n° 2010-1444

commission principale : **développement économique**

commission (s) consultée (s) pour avis :

commune (s) :

objet : **Marché de la mode Vintage - Edition 2010 - Attribution d'une subvention à l'association ModaLyon**

service : **Direction de l'information et de la communication**

Rapporteur : Madame Gelas

Président : Monsieur Gérard Collomb

Nombre de conseillers en exercice au jour de la séance : 155

Date de convocation du Conseil : 16 avril 2010

Secrétaire élu : Monsieur Marc Augoyard

Compte-rendu affiché le : 28 avril 2010

Présents : MM. Collomb, Bret, Darne J., Da Passano, Mmes Elmalan, Guillemot, MM. Charrier, Calvel, Mme Vullien, MM. Kimelfeld, Crimier, Philip, Mme Pédrini, M. Abadie, Mmes Besson, David M., MM. Barge, Passi, Brachet, Charles, Colin, Sécheresse, Barral, Desseigne, Mme Dognin-Sauze, M. Crédoz, Mme Gelas, MM. Claisse, Bernard R, Mme Peytavin, MM. Blein, Vesco, Mme Frih, MM. Rivalta, Assi, Julien-Laferrière, Albrand, Appell, Ariagno, Augoyard, Mmes Bab-Hamed, Bargoïn, MM. Barret, Barthélémy, Mmes Baume, Benelkadi, M. Bernard B, Mme Bocquet, MM. Bousson, Broliquier, Chabert, Chabrier, Mmes Chevallier, Chevassus-Masia, MM. Cochet, Corazzol, Coste, Coulon, Mme Dagorne, MM. Darne JC., David G., Desbos, Mme Dubos, MM. Ferraro, Flaconnèche, Fleury, Forissier, Fournel, Galliano, Genin, Gentilini, Geourjon, Mme Ghemri, MM. Gignoux, Gillet, Giordano, Gléréan, Goux, Grivel, Guimet, Mme Hamdiken-Ledesert, MM. Havard, Huguet, Imbert Y, Jacquet, Joly, Justet, Kabalo, Lambert, Le Bouhart, Lebuhotel, Léonard, Lévêque, Mme Levy, MM. Lung, Longueval, Louis, Lyonnet, Meunier, Millet, Nissanian, Ollivier, Mmes Palleja, Pesson, MM. Petit, Pili, Pillon, Quiniou, Réale, Mme Revel, M. Roche, Mme Roger-Dalbert, MM. Rousseau, Rudigoz, Sangalli, Serres, Sturla, Suchet, Terrot, Thévenot, Thivillier, Mme Tifra, MM. Touléron, Touraine, Uhlrich, Mme Vallaud-Belkacem, M. Vaté, Mme Vessiller, M. Vincent, Mme Yéremian.

Absents excusés : MM. Reppelin (pouvoir à M. Abadie), Buna (pouvoir à M. Giordano), Daclin, Arrue, Bouju (pouvoir à M. Grivel), Balme (pouvoir à M. Claisse), Mme Bonniel-Chalier (pouvoir à M. Coste), MM. Braillard (pouvoir à Mme Frih), Buffet (pouvoir à M. Gignoux), Imbert A (pouvoir à M. Desseigne), Morales (pouvoir à M. Vincent), Mmes Perrin-Gilbert (pouvoir à M. Lebuhotel), Pierron (pouvoir à Mme Bab-Hamed), MM. Plazzi (pouvoir à M. Jacquet), Turcas (pouvoir à M. Havard), Vergiat (pouvoir à M. Suchet), Vial (pouvoir à M. Da Passano), Vurpas (pouvoir à M. Crimier).

Absents non excusés : Mmes Ait-Maten, Bailly-Maitre, MM. Deschamps, Dumas, Lelièvre, Muet, Pillonel.

Séance publique du 26 avril 2010**Délibération n° 2010-1444**

commission principale : développement économique

objet : **Marché de la mode Vintage - Edition 2010 - Attribution d'une subvention à l'association ModaLyon**

service : Direction de l'information et de la communication

Le Conseil,

Vu le rapport du 7 avril 2010, par lequel monsieur le président expose ce qui suit :

La Communauté urbaine de Lyon conduit une politique de développement économique dédiée aux industries créatives inscrites dans le plan de mandat 2008-2014. Celle-ci vise à soutenir et valoriser des secteurs à fortes composantes créatives (le design, la mode, l'image, les loisirs numériques, etc.) et à accélérer les processus d'innovation par la créativité et le croisement entre filières. Cette démarche s'inscrit dans une démarche plus globale du marketing territorial visant à positionner Lyon comme une métropole créative.

Le soutien à des événements d'agglomération à fort rayonnement sur ces thématiques est un des éléments de cette politique.

Au sein du pôle des événements grand public, il existe deux événements construits parallèlement : l'un au printemps, le Marché de la mode Vintage, s'inscrit dans la tendance et l'émergence, l'autre en automne, le marché des Soies, tourné vers la tradition et le savoir-faire.

A travers son soutien à l'organisation du Marché de la mode Vintage, les objectifs pour la Communauté urbaine de Lyon sont les suivants :

- consolider l'identité mode et création de l'agglomération lyonnaise en se positionnant sur un créneau spécifique et différenciant : le Vintage,
- valoriser les savoir-faire et positionner la Communauté urbaine comme un territoire de tendances,
- favoriser la création par une émulation collective autour d'une thématique partagée,
- faire rayonner médiatiquement la métropole,
- mettre en avant et impliquer les acteurs importants du monde de la mode et de la création.

Dans le prolongement de la politique de Lyon Vision Mode, la politique dédiée aux industries créatives conduite par la Communauté urbaine de Lyon a défini un axe de développement concernant le soutien à des événements d'agglomération à fort rayonnement.

ModaLyon, organisateur du Marché de la mode Vintage

Cette association a été créée en 1992, sur l'initiative des industriels du textile et de l'habillement de l'agglomération lyonnaise et de sa région ainsi que de la chambre de commerce et d'industrie de Lyon (CCI) et vise à promouvoir les études supérieures dans les domaines de la mode et de la création et à soutenir les initiatives qui font rayonner Lyon dans le domaine de la mode et de la création (conférences, colloques, semaine de la mode, marché de la mode, université d'été).

Concept et objectif du Marché de la mode Vintage

Le Marché de la mode Vintage est une manifestation grand public, pour tous les acteurs qui veulent vendre et acheter des vêtements et accessoires chics et de préférence griffés, datant des années 50 aux années 80 (tissus, broderies, chaussures, bijoux, chapeaux, etc.). De nombreuses animations sont organisées et renouvelées chaque année : défilé, expositions, etc. Les exposants sont des particuliers (collectionneurs) et des professionnels, créateurs travaillant sur la thématique vintage qui viennent de toute la France mais aussi des places européennes depuis 2004 :

- ce rendez-vous a été le premier en France à mettre en avant des tendances émergentes et à être présenté sous forme de marché. Le succès rencontré et les retombées presse en font maintenant un événement à portée internationale et participent au positionnement de l'agglomération comme territoire de mode et de création,

- l'organisation d'une telle manifestation permet de faire travailler et de valoriser les commerçants locaux dans ce secteur.

La première édition du Marché de la mode Vintage a eu lieu le 30 mars 2002, au marché de gros de Lyon. Elle a rassemblé une trentaine d'exposants et environ 800 visiteurs.

Depuis cette première édition, le Marché de la mode Vintage n'a cessé d'enregistrer une progression constante en termes de visitorat, d'exposants et de notoriété. En 2009, on recensait 300 exposants pour 22 000 visiteurs.

Le bilan de l'édition 2009

Le Marché de la mode Vintage a eu lieu les 30 et 31 mai 2009. Le montant de la subvention alloué par la collectivité en 2009 était de 30 000 € TTC. Les objectifs définis avec la Communauté urbaine ont été atteints :

- conforter le nombre des 300 exposants avec une sélection qualitative, taux de remplissage maximum du nouveau site (dont environ 50 exposants étrangers),
- 22 000 visiteurs (sur 2 jours) contre 20 000 visiteurs en 2008, en tenant compte d'une entrée payante (3 €),
- nouvelle communication plus actuelle, plus haut de gamme avec une portée plus nationale et internationale,
- des bilans positifs qui montrent une réelle satisfaction des exposants et des visiteurs : 40 % très satisfaits, 33,2 % satisfaits parmi les 400 personnes interrogées, 85 % apprécient la nouvelle communication, 71 % la qualité des marchandises et 62 % des visiteurs ont acheté au moins un article, 66 % apprécient l'organisation, l'accueil et les animations,
- côté exposants, 85 % pensent revenir l'an prochain, 20 % sont de nouveaux exposants, 85 % sont satisfaits des services proposés (organisation, accueil, emplacement et signalétique) et pensent revenir et 85 % de ceux présents l'an dernier ont vu leur chiffre d'affaires augmenter,
- les animations mises en place avec les partenaires ont su attirer un public : défilés de mode organisés par les étudiants d'ESMOD, parcours de Mode Vintage, atelier pour enfants, tremplin musical ROCK & MARKET SESSION (nouveau 2009), la chasse au look, le stand relooking avec l'école Peyrefitte (nouveau 2009), la démonstration de danse, swing et rock, avec l'association Rythm tap n' swing (nouveau 2009),
- les retombées presse ont été plus importantes, en 2009, avec une augmentation du nombre de publications internationales et la venue sur le Marché de journalistes étrangers,
- les partenariats privés ont été largement développés au niveau qualitatif.

Présentation de l'édition et des objectifs 2010

La neuvième édition se déroulera les 29 et 30 mai 2010, sur le site de l'ex-marché de gros (Lyon 2°) et visera à améliorer la qualité de l'événement afin de satisfaire les acteurs et le visitorat de cette manifestation :

- le format sur deux jours sera reconduit. Il permettra une meilleure visibilité de l'événement en accueillant de nouveaux exposants étrangers et de professionnels qui ne se déplacent pas pour une journée,
- l'événement se développera à l'international en faisant venir plus d'exposants étrangers mais aussi des visiteurs provenant de villes reconnues dans la mode telles que Anvers, Bruxelles, Genève, Lausanne, Dublin, Londres, Berlin, Madrid, Barcelone mais aussi de pays comme l'Italie, les Etats-Unis, etc.,
- un visitorat multiple sera visé.

Objectifs 2010

1° - Drainer les courants de mode dans l'air du temps, valoriser la création et en faire une manifestation populaire,

2° - Communiquer sur Lyon et hors Lyon,

L'objectif est de développer un plan de communication avec des actions ciblées :

- auprès des rédactrices de mode pendant les défilés du début du mois de mars 2010 et à Paris avec L'Officiel, partenaire de la manifestation,

- faire une distribution massive dès la fin du mois de mars dans les grandes capitales et auprès de tous les exposants et des bloggeuses de modes. Cette année, ModaLyon souhaite capitaliser sur une présence plus marquée sur internet, nouveau vecteur de communication pour la population jeune,

- une distribution nationale et internationale grâce aux 300 exposants,

- utiliser le nouveau réseau étudiant pour une diffusion à Paris, Grenoble, Annecy, Chambéry, Marseille, Nice, Aix en Provence, Montpellier, Toulouse et Lille. Les endroits ciblés sont des boutiques, musées, galeries, instituts, administrations et bars-restaurants branchés correspondant à la clientèle de l'événement,

- le site internet du Marché de la mode Vintage, maintenant en adéquation avec la nouvelle communication (interactivité avec les internautes).

3° - Les animations 2010

Il s'agit de continuer à proposer des animations de qualité, avec un souci permanent de renouvellement, vis-à-vis des visiteurs comme des exposants. Le nouveau format sur deux jours permet de mettre en place des animations en plus grand nombre, pour tous les publics, des projets à plus grande échelle :

- développer les sections enfants et hommes : proposer aux visiteurs un atelier enfants en partenariat avec le service des publics du musée des tissus de Lyon et des exposants spécialisés en vintage homme,

- section homme : faire face à une demande accrue en développant ce secteur avec des exposants spécialisés en vintage homme,

- section Internationale : un marché de plus en plus ouvert aux exposants et visiteurs étrangers en démarchant les professionnels de Dublin, New York, Berlin, Barcelone, Amsterdam, Bruxelles et en Italie,

- la chasse aux looks : maintenir le(s) prix décernés aux meilleurs looks vintage. Le magazine l'Officiel récompensera les gagnants du "prix Visiteurs" le samedi en leur offrant un séjour,

- rééditer le parcours de Mode Vintage dans Lyon toute la semaine avant le Marché de la mode pour faire rayonner encore plus le Marché de la mode Vintage,

- maintenir l'espace Créateurs avec Le Village des Créateurs où l'on pourra découvrir une vingtaine de marques travaillant autour de la thématique vintage et proposant du prêt-à-porter femme, homme et enfant, des accessoires, bijoux, chapeaux, sacs, chaussures, du mobilier, des luminaires et de la papeterie,

- un challenge artistique sur 48 h avec l'association Arts Gens et des grands noms de la mode et du design.

4° - Les partenaires 2010

Des partenaires de communication au niveau national qui contribuent à améliorer la visibilité de l'événement : magazine WAD, le groupe l'Officiel avec les magazines l'Officiel, Jalouse, Muteen, leur site internet et la chaîne Jalouse TV, le magazine gratuit A nous Lyon, Paris, Marseille, Aix et Lille permettra une visibilité nationale, le site web visiterlyon.com, une invitation lancée aux principaux journalistes européens des plus grands magazines de modes avec un weekend organisé leur présentant le Marché de la mode Vintage, etc.

Un espace partenaires sera créé, sous l'égide de Mode Habillement Rhône Alpes afin que tous les partenaires de l'événement ainsi que les invités et les officiels puissent se retrouver dans un endroit moins bruyant pour se rencontrer et échanger. Un espace où chaque partenaire pourra présenter son activité, créant ainsi un réseau d'échanges.

Evaluation 2010

L'évaluation de l'action portera sur les critères suivants :

Critères portants sur les moyens :

- mise en place d'une démarche de contrôle qualitatif des exposants,
- mise en place d'un outil d'évaluation (questionnaires exposants et visiteurs) visant à qualifier le visitorat (en terme de provenance géographique, notamment), à estimer les ventes réalisées, à évaluer la satisfaction des visiteurs (qualité des marchandises, des animations, etc.).

Critères portant sur les résultats :

- augmentation de la fréquentation de l'événement,
- internationalisation du visitorat et des exposants,
- développement des partenariats privés (estimation de la participation privée - financements et prestations en nature),
- retombées presse nationales et internationales.

Le budget prévisionnel 2010

Dépenses	Montant en € TTC
frais administratifs	43 500
communication	26 500
logistique/matériel	45 000
sécurité	20 000
animations	9 500
Total	145 000

Recettes	Montant en € TTC
recettes stands	29 000
billetterie (17 500 x 3 €)	52 500
partenariats privés financiers	33 500
Communauté urbaine de Lyon	30 000
Total	145 000

Vu ledit dossier ;

Où l'avis de sa commission développement économique ;

DELIBERE

1° - Approuve :

a) - l'attribution d'une subvention d'un montant de 30 000 € à ModaLyon l'association de développement de l'université de la mode pour l'organisation du Marché de la mode Vintage 2010,

b) - la convention à passer entre la Communauté urbaine et ModaLyon l'association de développement de l'université de la mode définissant, notamment, les conditions d'utilisation de cette subvention.

2° - **Autorise** monsieur le Président à signer ladite convention précisant les modalités de versement suivantes : un seul versement sur demande de l'association, après la réalisation du programme d'actions 2010 et réception

par la Communauté urbaine d'un compte rendu détaillé des actions, avec fourniture des éléments d'évaluation et d'un bilan financier des actions.

3° - La dépense de fonctionnement correspondante de 30 000 € sera prélevée sur les crédits inscrits au budget principal de la Communauté urbaine - exercice 2010 - compte 657 480 - fonction 90 - opération 1574.

Et ont signé les membres présents,
pour extrait conforme,
le président,
pour le président,

Reçu au contrôle de légalité le : 29 avril 2010.