



GRANDLYON
communauté urbaine

**EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL DE COMMUNAUTE**

Séance du **9 mars 2009**

Délibération n° 2009-0570

commission principale : développement économique

commission (s) consultée (s) pour avis :

commune (s) :

objet : Marché de la mode Vintage - Edition 2009 - Subvention

service : Cabinet du président - 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 : 27 février 2009

Secrétaire élu : Monsieur Marc Augoyard

Compte-rendu affiché le : 10 mars 2009

Présents : MM. Collomb, Bret, Darne J., Reppelin, Da Passano, Buna, Mme Guillemot, MM. Charrier, Daclin, 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, Bouju, Mme Peytavin, M. Blein, Mme Frih, MM. Rivalta, Assi, Julien-Laferrière, Mme Ait-Maten, MM. Albrand, Appell, Ariagno, Augoyard, Auroy, Mme Bailly-Maitre, M. Balme, Mme Bargoin, MM. Barret, Barthelémy, Mme Benelkadi, M. Bernard B, Mme Bocquet, MM. Bousson, Braillard, Broliquier, Buffet, Chabert, Chabrier, Mmes Chevallier, Chevassus-Masia, MM. Cochet, Corazzol, Coste, Coulon, Darne JC., David G., Desbos, Mme Dubos, MM. Dumas, Ferraro, Flaconnèche, Forissier, Fournel, Gentilini, Geourjon, Mme Ghemri, MM. Gignoux, Gillet, Gléréan, Goux, Grivel, Guimet, Mme Hamdiken-Ledesert, MM. Havard, Huguet, Imbert A, Jacques, Joly, Justet, Lambert, Le Bouhart, Lebuhotel, Lelièvre, Léonard, Lévêque, Lung, Longueval, Lyonnet, Meunier, Millet, Muet, Mmes Palleja, Perrin-Gilbert, M. Petit, Mme Pierron, MM. Pili, Pillon, Pillionel, Quiniou, Mme Revel, M. Roche, Mme Roger-Dalbert, MM. Rousseau, Rudigoz, Sangalli, Sturla, Suchet, Terrôt, Thévenot, Mme Tifra, MM. Touléron, Touraine, Uhlrich, Mme Vallaud-Belkacem, MM. Vaté, Vergiat, Mme Vessiller, MM. Vial, Vincent, Vurpas.

Absents excusés : Mme Elmalan (pouvoir à M. Jacquet), M. Vesco, Mmes Bab-Hamed (pouvoir à Mme Pierron), Baume (pouvoir à Mme Chevallier), Dagorne (pouvoir à M. Gignoux), MM. Fleury (pouvoir à Mme Vullien), Galliano (pouvoir à M. Bouju), Genin (pouvoir à M. Albrand), Giordano (pouvoir à M. Coste), Mmes Levy (pouvoir à M. Havard), Pesson (pouvoir à M. Lebuhotel), MM. Plazzi (pouvoir à M. Le Bouhart), Réale (pouvoir à M. Passi), Serres (pouvoir à M. Lambert), Terracher (pouvoir à M. Chabrier), Thivillier (pouvoir à Mme Peytavin), Turcas (pouvoir à M. Buffet), Mme Yéréman (pouvoir à M. Barthelémy).

Absents non excusés : M. Arrue, Mme Bonniel-Chalier, MM. Deschamps, Imbert Y, Kabalo, Louis, Morales.

Séance publique du 9 mars 2009**Délibération n° 2009-0570**

commission principale : développement économique

objet : **Marché de la mode Vintage - Edition 2009 - Subvention**

service : Cabinet du président - Direction de l'information et de la communication

Le Conseil,

Vu le rapport du 17 février 2009, par lequel monsieur le président expose ce qui suit :

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

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 sont les suivants :

- consolider l'identité mode et création de l'agglomération lyonnaise en se positionnant sur un créneau spécifique et différenciant : le Vintage,
- positionner la Communauté urbaine comme un territoire de tendances et de perspectives émergentes,
- 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.

ModaLyon, organisateur du marché de la mode Vintage

ModaLyon 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). Elle 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). Son président actuel est monsieur Daniel Perret (Milésia-Nina Ricci).

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 1950 aux années 1980 (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 de la presse en font maintenant un événement à portée internationale et participent au positionnement de l'agglomération comme métropole européenne de mode et de création.

L'organisation d'une telle manifestation permet de faire travailler et de valoriser les commerçants locaux.

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 terme de visitorat et d'exposants. En 2008 on recensait 300 exposants pour 20 000 visiteurs.

Le bilan de l'édition 2008

Le marché de la mode Vintage a eu lieu le 17 mai 2008. Les objectifs définis avec la Communauté urbaine ont été atteints :

- 300 exposants : taux de remplissage de 100 % atteint compte tenu de la superficie allouée par le marché de gros, avec 100 exposants sur des emplacements en extérieur des carreaux,

- nombre de visiteurs encore en évolution : 20 000 visiteurs (15 000 visiteurs en 2007),

- de nouveaux exposants de plus en plus pointus avec une augmentation des étrangers venus d'Italie, des Etats Unis, d'Espagne, des Pays Bas, de Suisse, d'Allemagne et d'Irlande (50 exposants). Une fréquentation en augmentation du nombre de visiteurs étrangers venant de Suisse, Belgique, Italie, Etats Unis et en nombre particulièrement important les pays asiatiques (2 000 visiteurs),

- les bilans des questionnaires sont très positifs et montrent une réelle satisfaction des exposants et visiteurs (40 % très satisfaits, 35 % satisfaits parmi les 300 personnes interrogées ; 50 % apprécient l'effort de communication qui a été fait sur le marché de la mode Vintage et 72 % apprécient la qualité des marchandises proposées et notent une réelle progression de cette qualité par rapport aux années précédentes),

Côté exposants, 80 % pensent revenir, 20 % sont de nouveaux exposants et 87 % de ceux présents l'an dernier ont vu leur chiffre d'affaires augmenter,

- belle réussite pour la vente aux enchères, en prélude de l'événement dans la salle des ventes des Brotteaux (en partenariat avec Anaf Arts Auction) : une centaine de pièces griffées ont été vendues au profit de l'organisme non gouvernemental (ONG) Hôpital Assistance,

- les nouvelles animations mises en place avec les partenaires à l'occasion du Marché ont également su attirer un public, notamment : le parcours de mode Vintage (22 lieux liés à la mode Vintage associés à l'événement, parcours mis en place dix jours avant l'événement). Sur le site : la chasse aux looks, en partenariat avec L'Officiel, fut un temps fort de la journée et le stand enfant, en collaboration avec le musée des Tissus, a également été un succès,

- les retombées dans la presse ont été plus importantes que l'année précédente avec une augmentation du nombre de publications internationales. Plusieurs éléments sont à remarquer :

- . le nombre de reportages radio sur Radio Scoop, Nostalgie, Radio Espace,
- . le nombre de reportages TV sur FR 3, FR 24, M 6 et TLM,
- . de nombreux articles de presse dont Wad (en amont), Elle, Marie-Claire, L'Officiel, Jalouse, Ego la revue, Fresh, Lyon Capitale, Lyon Plus, Lyon Poche,
- . de nombreux articles web dont Lyon webzine, Rhône-Alpes passions, French tourism, Swiss passions (Suisse), Focus online et Amica online (Allemagne), etc.

Présentation de l'édition et des objectifs 2009

La huitième édition du marché de la mode Vintage aura lieu les 30 et 31 mai 2009 au Marché de gros (ex marché-gare à Lyon 2°) sur la thématique de la musique des Who aux Beatles.

Le nouveau format, sur deux jours, doit permettre d'accroître le rayonnement de l'événement (qualité de l'offre et hausse du visitorat) :

- en accueillant plus d'exposants étrangers et de professionnels qui ne pouvaient se déplacer auparavant,
- en proposant aux visiteurs, notamment nationaux ou étrangers, un week-end entier sur Lyon autour de la thématique mode et création, en collaboration avec l'Office de tourisme,
- en se positionnant par rapport à d'autres événements émergents sur la même thématique Vintage qui se déroulent à Marseille (Massilia Vintage) et à Paris (salon du Vintage).

L'objectif 2009 est donc d'assurer une montée en puissance de la manifestation tout en conservant son caractère populaire, original, décalé qui en fait un événement grand public apprécié :

Proposer une offre plus qualitative mais toujours accessible

- renforcement de la qualité des pièces proposées par un contrôle phonique puis par un contrôle photographique selon les critères de provenance, état, datation, marques et griffes pour attirer un public de collectionneur mais garantir une fourchette de prix variés (de 10 à 800 €) pour rassembler le grand public,
- mise en œuvre de nouvelles animations sur le site durant les deux jours pour conserver l'ambiance festive de l'événement : une exposition de photos de couverture de L'Officiel ; deux concours chasse aux looks pour les visiteurs et les exposants ; un stand de relooking en partenariat avec Camille Albane ; une cabine de photomaton pour immortaliser les looks ; trois défilés avec une soixantaine de silhouettes des élèves de 1ère année Esmod,
- renforcer la thématique musique comme fil conducteur sur les deux jours en interaction avec la jeune scène musicale lyonnaise (organisation d'un tremplin musical par le biais d'un appel à projet sur le site www.marchedelamode.com dont le public du Marché sera le jury,
- proposer une soirée concert le samedi soir afin de réunir visiteurs et exposants (avec une tête d'affiche et une première, les vainqueurs du tremplin musical).

Valoriser des acteurs locaux de la mode et de la création

- mettre en place un parcours Vintage dans Lyon toute la semaine avant l'événement. Une trentaine de points de vente Vintage sont sélectionnés allant de la Croix-Rousse au Marché gare, vêtements, mobilier, bars restaurants. Tous vont créer une vitrine Vintage années 1950, 1960 ou 1970 et auront une signalétique fanion sur l'extérieur de leur vitrine et de la communication sur l'événement,
- mettre en place un espace de vente au deuxième étage du Printemps de Lyon pour mettre en valeur un exposant lyonnais en plus des vitrines qui seront installées cinq jours avant l'événement.

Renforcer la visibilité en national et international

- mettre en place des outils de communication variés à diffusion locale et nationale : dépliants, affiches, campagne radio, insertion presse, renforcer le plan de communication prévu par des actions auprès des rédactrices de mode pendant les défilés au début du mois de mars 2009 à Paris,
- activer des partenariats avec des supports de presse nationaux : le magazine Wad, magazine de mode urbaine qui a une vision très avant-gardiste et une cible proche du visitorat du marché de la mode Vintage ; le groupe L'Officiel avec les magazines L'Officiel, Jalouse, Muteen et leur site internet : magazines très pointus en mode avec une très bonne réputation et une très grande qualité graphique et éditoriale ; Euronews : magazine européen d'informations. Ainsi que des supports de presse locaux : Lyon Capitale, Nostalgie, A nous Lyon, visiterlyon.com, Rhône-Alpes passion.

Développer des partenariats privés

- reconduire les partenariats avec l'Union des commerçants artisans de Perrache (Ucap), Le Printemps de Lyon, Le village des Créateurs, Collège et Hermitage Hôtel, Syndicat mixte des transports pour le Rhône et l'agglomération lyonnaise (Sytral)/Transports en commun lyonnais (TCL), Société nationale des chemins de fer français (SNCF), Good&Food ideas, la Communauté du goût, ATC groupe, le Voxx,
- rechercher de nouveaux partenaires : Association de prévoyance interprofessionnelle des cadres et ingénieurs lyonnais (Apicil), Camille Albane, Bensimon (confirmés) et SFR, La Poste, Diesel, Scooter, société Ricard, (en cours).

Evaluation 2009

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

- critères portant 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 (qualités 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 de la presse nationales et internationales.

Le budget prévisionnel 2009

Dépenses

Poste	Montant (en € TTC)
frais de personnel/secrétariat	39 702
communication	50 428
matériel/animations	14 870
frais de promotion/réception	25 000
total	130 000

Plan de financement

Financement	Montant (en € TTC)
Communauté urbaine	30 000
association ModaLyon dont :	
- participation exposants (location des espaces sur site)	45 000
- recette entrées et animations	
sponsors et partenaires	55 000
total	130 000

Il est à noter que cette année voit un changement du modèle économique de l'événement avec la diminution de la part subvention.

En effet, un prix d'entrée modique est fixé pour les visiteurs (3 € et gratuité pour les moins de quinze ans) et la participation des exposants est relevée : les tarifs de location des espaces sur le site sont de 130 € pour les professionnels et 75 € pour les particuliers (en 2008, ces tarifs étaient de 75 € pour les professionnels et 40 € pour les particuliers) ;

Vu ledit dossier ;

Oùï l'avis de sa commission développement économique ;

DELIBERE

1° - Approuve :

a) - le versement d'une subvention annuelle 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 2009,

b) - la convention à intervenir avec ModaLyon précisant les modalités de versement suivantes : un seul versement sur demande de l'association, après la réalisation du programme d'actions 2009 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.

2° - Autorise monsieur le président à signer ladite convention avec ModaLyon.

3° - La dépense correspondante de 30 000 € sera prélevée sur les crédits inscrits au budget principal de la Communauté urbaine - exercice 2009 - compte 657 480 - fonction 90 - opération n° 1574.

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

Reçu au contrôle de légalité le : 11 mars 2009.