

Séance publique du 14 mars 2005

Délibération n° 2005-2534

commission principale : développement économique

objet : **Soutien à l'association pour le développement de l'Université de la mode - Marché de la mode - Convention**

service : Délégation générale au développement économique et international - Direction des affaires économiques et internationales - Pôle innovation

Le Conseil,

Vu le rapport du 22 février 2005, par lequel monsieur le président expose ce qui suit :

La communauté urbaine de Lyon mène une politique de développement pour les secteurs de la mode et affirme le positionnement de l'agglomération lyonnaise en tant que Lyon, ville de l'intelligence de la mode et de la création.

Cette politique s'inscrit dans la démarche Grand Lyon l'Esprit d'Entreprise.

La politique de Lyon, ville de l'intelligence de la mode et de la création

Cette politique a donné naissance à une marque : Lyon vision mode. Elle symbolise l'action de développement économique menée par la communauté urbaine de Lyon en partenariat avec les professionnels de la mode et de la création.

L'objectif de cette politique est de positionner Lyon comme la place où s'élaborent des technologies, des concepts, des tendances nouvelles propres à capter les marchés de demain.

Un des axes de développement de cette politique est le soutien aux événements et salons ; l'enjeu étant d'affirmer l'image et le positionnement de Lyon dans les secteurs de la mode à travers l'événementiel qui est un vecteur de développement important pour la mode.

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 de l'agglomération lyonnaise aux niveaux régional et national, en se positionnant sur un créneau spécifique et différenciant le vintage,
- favoriser la création par une émulation collective autour d'une thématique partagée,
- sensibiliser et stimuler la demande.

L'association pour le développement de l'Université de la mode

L'association pour le développement de l'Université de la mode a été créée en 1992, à 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 (CCIL).

Elle vise à promouvoir les études supérieures dans les domaines de la mode et de la création et à soutenir les initiatives des étudiants de cette filière (conférences, colloques, semaine de la mode, marché de la mode, université d'été).

Son président actuel est monsieur Daniel Perret, président de l'entreprise Millésia Nina-Ricci.

Le Marché de la mode vintage : concept et objectif

Chaque année, l'association pour le développement de l'Université de la mode organise une semaine de la mode qui a pour objectif de mieux faire connaître les compétences lyonnaises en matière de création.

Le Marché de la mode vintage est une manifestation grand public, pour tous les acteurs qui veulent vendre et acheter des vêtements et accessoires fins et de préférence griffés datant des années 1950 aux années 1980 (tissus, broderies, chaussures, bijoux, chapeaux...). De nombreuses animations sont organisées et renouvelées chaque année : défilé, expositions, vente aux enchères, etc. Les exposants sont des particuliers (collectionneurs) et des professionnels, créateurs travaillant sur la thématique vintage.

La première édition du Marché de la mode vintage a eu lieu le 30 mars 2002, au marché de gros de Lyon et a réuni une trentaine d'exposants pour huit cents visiteurs. La seconde édition, qui a eu lieu en avril 2003, a confirmé l'intérêt du public, avec soixante-dix exposants et trois mille visiteurs.

Le bilan de l'édition 2004

Le Marché de la mode vintage a eu lieu le 27 mars 2004 sur la thématique A fleur de mode. Les objectifs définis avec la Communauté urbaine ont été atteints :

- le nombre d'exposants a été multiplié par deux (153 pour 74 l'an dernier, 100 % de remplissage des quatre halls). Le nombre de visiteurs a été multiplié par trois (9 000 visiteurs contre 3 000 en 2003),
- la promotion régionale, nationale et internationale du marché, avec une quarantaine d'articles sur différents supports grands publics et professionnels (Elle, Glamour, Fashion Daily, Journal du textile,...) mais aussi la presse internationale (Suisse, Belgique, Etats-Unis). Des interviews radio au niveau régional mais aussi national (NRJ, Chérie FM), et un reportage complet sur M6 au sein de l'émission Capital qui a réalisé un dossier thématique sur le vintage,
- la valorisation de la création régionale : un carreau de quarante créateurs régionaux a été mis en place, pour travailler sur la thématique du Marché,
- le développement des partenariats privés : des partenariats ont été contractés avec la SNCF, Smart, Radio Nostalgie, Lyon Capitale, Habillement Rhône-Alpes, Le Chineur...

Le plan de développement 2005

La quatrième édition du Marché de la mode aura lieu le 9 avril 2005 sur la thématique de la Pin-Up.

Les objectifs proposés en 2005 sont les suivants :

- le développement qualitatif des exposants, par la mise en place d'une sélection dès la commercialisation et d'un plan de contrôle des marchandises sur le marché,
- le développement de la dimension nationale et internationale de l'événement, au niveau des exposants et des visiteurs : partenariat avec une école de commerce parisienne (ISC market), doublement du plan de communication, actions ciblées en direction des rédactrices de mode pendant les défilés parisiens, voyages de presse sur Paris, Londres, Anvers, Bruxelles,
- la mise en place d'un partenariat avec le village des créateurs du passage Thiaffait, pour attirer des créateurs de toute la France et constituer ainsi des relais de communication dans différentes villes,
- le développement des partenariats privés : des contacts ont été engagés avec le Sytral, la Poste, la Banque Populaire, le Printemps de Lyon, France Inter, TF1, L'Oréal, Palladium etc.,
- la mise en place d'un outil d'évaluation : questionnaire exposants sur le marché pour mieux qualifier l'ensemble des visiteurs (provenance géographique, estimation des ventes réalisées...) et enquête de satisfaction des visiteurs (recherche de partenariat avec un BTS action commerciale en cours).

*Le budget prévisionnel 2005**Les dépenses*

Poste	Montant (en € TTC)
frais de personnel-secrétariat	25 586
communication	38 760
animations	20 000
matériel-frais divers	9 077
frais de promotion-réception	19 577
total	95 000

Le plan de financement

Financement	Montant (en € TTC)
Communauté urbaine	43 000
Conseil régional	25 000
ville de Lyon	5 000
association pour l'Université de la mode	30 000
sponsors et partenaires	10 000
total	95 000

Il est à noter que cette manifestation est intégrée dans le contrat d'agglomération, dans le cadre du développement économique de Lyon vision mode, signé entre la Communauté urbaine et la région Rhône-Alpes.

Il est proposé que la communauté urbaine de Lyon intervienne en 2005 au profit de l'association pour le développement de l'Université de la mode à hauteur de 43 000 € pour permettre la réalisation de la quatrième édition du Marché de la mode ;

Vu ledit dossier ;

Où l'avis de sa commission développement économique ;

DELIBERE

1° - Donne un avis favorable à la signature de la convention avec l'association pour le développement de l'Université de la mode et au versement d'une participation d'un montant de 43 000 €.

2° - Autorise monsieur le président à signer la convention d'application.

3° - La dépense correspondant à 43 000 € sera prélevée sur les crédits inscrits au budget de la Communauté urbaine - exercice 2005 - compte 657 380 - fonction 90.

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