

Séance publique du 14 novembre 2005

Délibération n° 2005-3044

commission principale : développement économique

objet : **Convention avec l'Espace Mode**

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

Le Conseil,

Vu le rapport du 26 octobre 2005, par lequel monsieur le président expose ce qui suit :

La Communauté urbaine mène une politique de développement pour les secteurs de la mode qui positionne l'agglomération lyonnaise en tant que ville de l'intelligence de la mode et de la création. Cette politique, nommée Lyon Vision Mode, s'inscrit dans la démarche de Grand Lyon, l'Esprit d'Entreprise.

La politique de Lyon Vision Mode

Un des axes de développement de cette politique est le soutien aux événements professionnels, qui permettent de générer un développement économique pour les entreprises.

Face aux bouleversements importants des marchés mondiaux du textile et de l'habillement, Lyon Vision Mode a pour objectif de soutenir les industriels lyonnais dans leurs enjeux de développement, telles que la conception et la réalisation de produits à forte valeur ajoutée ainsi que la maîtrise de la distribution.

En effet, depuis quelques années, la profession de l'habillement connaît trois évolutions principales :

- du fait de la concurrence des pays à faibles coûts de main d'oeuvre, la compétitivité des entreprises de l'habillement s'est progressivement déplacée du domaine économique (coûts de production) à celui de la création,
- la nécessité d'exporter, notamment sur les marchés émergents (Asie, Moyen-Orient et Russie),
- le rôle majeur de la distribution : les marques de la région trouvent comme principal débouché commercial le commerce indépendant multimarque qui est le plus fragilisé par la très forte progression des chaînes spécialisées. Les entreprises doivent aujourd'hui maîtriser leur distribution, soit par la création de circuits de distribution en propre (achats de boutiques), le renforcement des commerces de détail (animation, marketing, politique de réassort, service après-vente, informatisation...) ou la constitution de réseaux affiliés (franchise, commission affiliation, vente directe...).

L'Espace Mode met en place des actions collectives et individuelles pour accompagner les entreprises de l'habillement de Rhône-Alpes dans leur stratégie de développement, pour répondre aux nouveaux enjeux liés à ces trois évolutions. Dans ce cadre-là, il organise une convention d'affaires spécifique sur la maîtrise de la distribution : Affaires de Mode-la Fashion Week de Lyon.

Pour répondre à son objectif de soutenir le développement d'événements professionnels dans le domaine de la mode à Lyon, la Communauté urbaine souhaite aider des actions permettant de répondre aux besoins des entreprises en matière de :

- la maîtrise de la distribution,
- la valorisation et la promotion des marques régionales.

La Communauté urbaine souhaite donc soutenir l'Espace Mode pour l'année 2005, dans la mise en œuvre de la convention d'affaires Affaires de Mode-la Fashion Week de Lyon.

Ce soutien s'inscrit dans le cadre du contrat d'agglomération signé entre la Communauté urbaine et la région Rhône-Alpes.

L'Espace Mode :

L'Espace Mode est une association loi 1901. L'association a pour objet, en liaison avec le syndicat de l'habillement Rhône-Alpes, de favoriser le développement de la mode. Ses missions sont :

- d'agir avec les professionnels des métiers de la mode et leurs organisations, pour donner ensemble, une lecture claire de leurs compétences et des apports de leur démarche créative aux utilisateurs,
- de développer, par une ouverture nationale et internationale, les échanges d'expériences et la valorisation des réalisations de la mode en Rhône-Alpes,
- de proposer aux pouvoirs publics des initiatives et des actions permettant d'anticiper l'évolution de la mode sous ses différents aspects,
- de développer dans les domaines de la mode, des méthodes, des outils et des aides de formes diverses, au bénéfice des entreprises, des professionnels et des institutions.

L'Espace Mode dispose de différents leviers d'action : actions de promotion et de marketing, organisation de colloques, séminaires et événements, réalisation de produits d'édition, actions collectives d'accompagnement des entreprises...

La région Rhône-Alpes est la première région textile-habillement de France avec 1 700 entreprises et 28 000 salariés. Les entreprises réalisent un chiffre d'affaires consolidé de 1 milliard 650 millions €.

Dans un contexte difficile, on constate une bonne résistance de l'emploi en région Rhône-Alpes par rapport aux évolutions nationales de l'habillement, ayant pour conséquence de renforcer le poids économique de la région au niveau national.

Le bilan de la convention 2004 avec l'Espace Mode

Dans le cadre de son partenariat avec la Communauté urbaine en 2004, l'Espace Mode a mis en place un programme d'actions visant à promouvoir et développer la filière habillement en Rhône-Alpes.

Stratégie Mode-Habillement :

- mise en place du premier cycle de formation, information complète et structurée permettant d'anticiper les tendances et courants de la mode : choix des matières, des couleurs et des formes dans des délais de plus en plus courts, tout en collant aux réalités du marché. Thème présenté : tendances stylistiques hivernales 2005-2006 ; 12 entreprises (20 personnes présentes) ont participé. Un 2^e cycle de formation sera lancé fin 2005.

Création d'un site intranet/extranet :

- création d'un site intranet et d'une vitrine web, permettant aux entreprises sous-traitantes de la région de valoriser leur savoir-faire et leur outil industriel et facilitant la mise en relation des donneurs d'ordre (marques) avec les façonniers (sous-traitants). Outil collaboratif (agenda, annuaire, base documentaire juridique, sociale...) mis en ligne en septembre 2004 (www.hra.fr). Résultats : 97 comptes utilisateurs, 120 visiteurs par jour (augmentation de 35 % au cours des six derniers mois). Évolution envisagée : un portail permettant d'accéder aux sites des entreprises adhérentes, 3 pages proposées aux entreprises pour leur identité internet...

Trophée Aceth (association d'aide à la création d'entreprises textile habillement) :

- co-organisation du trophée Aceth, concours de création textile-habillement. Il permet de soutenir la jeune création, en partenariat avec le Village des Créateurs. Deux lauréats ont été primés : Mieux Vaut Tôt (bureau de style) et Label Attitude (prêt à porter femme), qui ont intégré le Village des Créateurs.

Etude d'opportunité pour l'ouverture d'une boutique multimarques (marques régionales) à Londres :

L'étude, pouvant offrir un débouché à l'exportation pour les industriels lyonnais, a permis de valider la démarche, préparer le montage juridique et commercial de la boutique, d'identifier des quartiers d'implantation possibles, de prospecter des locaux commerciaux et d'identifier des candidats potentiels pour la gestion de la boutique. Les entreprises doivent maintenant se concerter pour décider de l'ouverture ou non de la boutique...

Développement stratégique des marques :

Un dispositif marketing a été mis en place afin d'aider les entreprises à développer leur politique globale de marketing. Action réalisée à hauteur de 10 % de ce qui était prévu (montant de la subvention prévue réduit en fonction de la réalisation effective) par manque de ressources humaines au sein de l'Espace Mode : répertoire informatique des marques et mise en ligne sur le site intranet.

Convention d'affaires : Affaires de Mode-la Fashion Week de Lyon

La convention d'affaires pour les professionnels de l'habillement, a eu lieu en février 2005 à Lyon (2^e édition du concept actuel). Ont été organisés : des rendez-vous d'affaires, des défilés professionnels et des défilés ouverts au grand public. Bilan : 32 marques, 5 jeunes créateurs, 140 détaillants inscrits, 1 500 visiteurs sur deux jours, montant des commandes potentielles : 42 %, 82 % de taux de satisfaction et de volonté d'être présent lors de la prochaine édition, trois partenaires privés (Cegid, Apicil, Esmod), presse audiovisuelle sur place (France 3, TLM, RCF, RTL). Le défilé de clôture a réuni plus de 600 spectateurs et plus de trois marques de Lyon et de la région.

Les objectifs de la convention 2005 avec L'Espace Mode

Le partenariat avec l'Espace Mode portera sur le développement de la convention d'affaires Affaires de mode-la Fashion Week de Lyon édition 2006. L'Espace Mode se recentre sur ses objectifs prioritaires : maîtrise de la distribution et accompagnement à l'exportation. En ce qui concerne la distribution, la Fashion Week de Lyon est l'événement phare de l'Espace Mode. La Fashion Week de Lyon aura lieu les 12 et 13 février 2006 à Lyon.

Les objectifs visés

- la politique de développement économique des entreprises et rayonnement des marques : aider les entreprises à se développer sur le territoire français en attirant des détaillants d'un grand quart sud-est ainsi que ceux de l'ensemble du pays,
- les premières approches pour une ouverture à l'international : des contacts avec des entreprises et organisations professionnelles de Montréal, Shanghai et Milan pourraient donner lieu à des partenariats industriels (trois entreprises pourraient être présentes),
- rassembler les acteurs de l'amont et de l'aval du secteur mode et habillement,
- 60 marques participantes, 350 détaillants visiteurs.

Le contenu

La convention d'affaires s'adressera aux professionnels du secteur de l'habillement et sera organisée selon quatre catégories : marques, créateurs, sous-traitants, distributeurs (acheteurs de la distribution organisée, détaillants en recherche de partenariat de type affiliation ou franchise, agents commerciaux...).

En plus des rendez-vous d'affaires, des conférences professionnelles seront organisées : elles traiteront de l'environnement réglementaire, économique, technologique du secteur mais aussi des matières et des tendances.

Il sera proposé à l'ensemble des acteurs fédérés autour du projet Lyon Vision Mode de réaliser pendant la Fashion Week de Lyon des opérations en liaison avec la convention d'affaires : conférences, expositions, podiums, etc.

Un défilé de clôture de la convention sera organisé, avec une capacité d'accueil du public plus importante que l'édition précédente : 800 à 1 000 places. Une centaine de modèles sera présentée.

Un plan de communication sera mis en place : il s'agira de promouvoir Affaires de Mode-la Fashion Week de Lyon dans des magazines professionnels ainsi que sur des supports de mode grand public, destinés aux consommateurs finaux.

Une soirée de lancement et de présentation de la troisième édition de la convention d'affaires aura lieu à Lyon cet automne. Elle sera organisée en partenariat très étroit avec la Chambre syndicale des détaillants de la région. Cet événement aura pour objectif de médiatiser l'événement de février 2006 et de commercialiser les marques et détaillants.

Le budget prévisionnel 2005 correspondant à l'organisation de la troisième édition (février 2006) Affaires de Mode-la Fashion Week de Lyon

Libellé	Dépenses (en €)	Libellé	Recettes (en €)	Taux de subvention
soirée de lancement	15 000	entreprises / partenaires	180 000	45 %
convention	265 000	Communauté urbaine	120 000	30 %
défilé de clôture	55 000	région Rhône-Alpes	90 000	23 %
communication	65 000	DEFI	10 000	2 %
total	400 000	total	400 000	

L'évaluation

L'évaluation de l'opération, pour l'organisation de la troisième édition de la convention d'affaires Affaires de mode-la Fashion Week de Lyon , portera sur :

- la présence d'au moins 60 entreprises participantes, 350 détaillants visiteurs,
- la qualité des rendez-vous/jour organisés pour chaque entreprise participante,
- le chiffre d'affaires généré pour chaque entreprise à la suite de cette convention d'affaires,
- les retombées dans la presse nationale,
- la valorisation des marques régionales et de la démarche de Lyon Vision Mode, dans la communication de l'événement.

Les modalités

Il est proposé que la Communauté urbaine intervienne au profit de l'Espace Mode à hauteur de 120 000 € pour l'exercice 2005 pour permettre la réalisation de ce programme d'actions ;

Vu ledit dossier ;

Oùï l'avis de sa commission développement économique ;

DELIBERE

1° - Autorise monsieur le président à signer une convention de partenariat avec l'Espace Mode.

2° - Approuve le versement d'une subvention d'un montant de 120 000 € pour l'exercice 2005.

3° - Ces dépenses seront imputées au budget inscrit de la Communauté urbaine - exercice 2005 - compte 657 480 - fonction 90.

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