Séance publique du 11 juillet 2005

Délibération n° 2005-2836

commission principale : développement économique

objet : **Convention avec la Fédération française de l'industrie de la maille et de la bonneterie**

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

Le Conseil,

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

La communauté urbaine de Lyon conduit une politique de développement pour les secteurs de la mode et soutient le positionnement de l'agglomération lyonnaise en tant que ville de l'intelligence de la mode et de la création. Cette politique s'inscrit dans la démarche de Grand Lyon, l'esprit d'entreprise.

La politique Lyon vision mode

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

Un des axes de développement de cette politique est le soutien aux événements et salons. L'enjeu est d'affirmer l'image et le rayonnement international de Lyon dans les secteurs de la mode. De plus, les salons sont un outil de développement économique pour les entreprises exposantes qui utilisent ces plates-formes marchandes pour leurs démarches commerciales et leurs relations publiques, et pour les visiteurs qui viennent y chercher de nouveaux produits et de nouvelles inspirations.

L'objectif pour Lyon vision mode est de pérenniser et de favoriser le développement de manifestations à Lyon, mais aussi de faire émerger et d'accueillir de nouveaux événements d'envergure internationale.

Le contexte économique de la filière et des salons

Dans un contexte d'ouverture totale des marchés mondiaux (fin des quotas textile de l'organisation mondiale du commerce (OMC) depuis le 1er janvier 2005) et d'une concurrence renforcée des pays à faible coût de main d'œuvre, le secteur textile-habillement rhônalpin se recentre sur ses avantages comparatifs (création, marketing et distribution) et tend à délocaliser son appareil productif. Dans ce nouvel environnement, les entreprises ont plus que jamais besoin de plates-formes de présentation internationales performantes pour asseoir leur développement.

Lyon Mode City et Interfilères, salon leader mondial pour le secteur lingerie-balnéaire, représente pour les entreprises du secteur une vitrine privilégiée qui applique des critères de sélection rigoureux (accès limité aux entreprises asiatiques en particulier). La France est le premier pays exposant sur Lyon Mode City et Interfilères et une cinquantaine de marques rhônalpines sont présentes chaque année.

Par ailleurs, on assiste depuis plusieurs années à un phénomène de concurrence exacerbée des salons professionnels de mode, avec une recrudescence du nombre de salons en Europe et une concentration autour des grands groupes organisateurs allemands. Ce mouvement s'accompagne d'une concurrence des grandes métropoles européennes (Berlin, Milan, Barcelone, Madrid) pour accueillir ces événements.

Pour répondre aux enjeux de sa politique Lyon vision mode, la Communauté urbaine souhaite favoriser l'ancrage de Lyon Mode City et Interfilères sur le territoire de l'agglomération et le rayonnement international de la filière textile-habillement régionale sur ce salon.

Il est proposé que la Communauté urbaine soutienne la Fédération française de l'industrie de la maille et de la bonneterie pour l'organisation de l'édition 2005 du salon Lyon, Mode City et Interfilères à Lyon.

Ce soutien s'inscrit en cohérence avec le contrat d'agglomération, signé entre la Communauté urbaine et la région Rhône-Alpes.

Le salon Lyon, Mode City et Interfilères

Le salon Lyon, Mode City et Interfilères est le salon leader mondial de la lingerie et du balnéaire.

Il se compose de deux rendez-vous professionnels : Lyon, Mode City, dédié aux professionnels de la lingerie et du balnéaire en produit fini et Interfilères qui est spécialisé dans les tissus et accessoires pour la lingerie et le balnéaire.

Lyon, Mode City et Interfilères est l'un des salons les plus internationalisés de Lyon et de Rhône-Alpes avec 1 100 marques internationales, trente-trois pays, 20 000 visiteurs, quatre-vingt-dix nationalités.

A l'occasion de l'édition 2005, Lyon Mode City affiche un taux de fidélisation de sa clientèle d'exposants de 87 % et accueillera de nouvelles marques. La projection de croissance du visitorat est de 5 %.

La Fédération française de l'industrie de la maille et de la bonneterie

La Fédération française de l'industrie de la maille et de la bonneterie est une fédération professionnelle régie par la loi du 21 mars 1884. Les adhérents sont les syndicats, groupements ou associations dont l'activité se rattache à la fabrication des articles de maille et de bonneterie.

La Fédération française de l'industrie de la maille et de la bonneterie oriente sa stratégie sur quatre axes : l'information sur les tendances, le conseil, le lobby et l'organisation de manifestations commerciales en vue de favoriser la promotion des industries de la maille et de la bonneterie.

Le bilan de la convention 2004

L'édition 2004 de Lyon Mode City et Interfilères a accueilli un visitorat professionnel globalement stable, avec une forte progression à l'international (+ 6,1 %) qui a pallié une sensible régression des visiteurs français (- 8,5 %).

Les actions prévues dans la convention 2004 pour favoriser l'accueil des visiteurs et promouvoir le salon et la filière rhônalpine à l'international ont été réalisées.

. La réalisation d'un événement grand public

L'exposition corsets et bikinis, voyage à travers le temps a accueilli 1540 visiteurs au musée des tissus et arts décoratifs de Lyon. Cette exposition a permis de prolonger l'exposition de Lyon, Mode City et Interfilères auprès du grand public et de valoriser le pôle lingerie de Lyon et sa région auprès de certains professionnels internationaux,

. la création d'un kit de communication

Un kit de communication bilingue, vitrine des savoir-faire régionaux en matière de mode et textile, a été réalisé et remis comme cadeau à 2000 journalistes de la presse professionnelle et aux grands acheteurs internationaux,

. la promotion du salon et de la région lyonnaise auprès de la presse nationale et internationale

Un plan média a été réalisé dans différents supports en direction du grand export (quotidien professionnel américain de référence) et en direction des différentes régions françaises (magazine du TGV, quotidien régional).

Une action d'invitation de la presse professionnelle internationale a été réalisée. Elle a permis d'accueillir trente-sept journalistes représentant trente-sept supports provenant de vingt-trois pays différents.

Le plan d'actions 2005

L'objectif de ce plan d'action est de favoriser le rayonnement international du salon Lyon Mode City et Interfilères et de valoriser la filière textile-habillement régionale dans le salon.

. L'accueil de journalistes internationaux

En 2005, les actions d'invitation de la presse internationale pour le salon seront élargies à de nouveaux pays représentant des opportunités de marchés pour les entreprises régionales et, pour la première fois, à des supports de télévision (antennes françaises nationales et télévisions internationales). Quarante-cinq journalistes de la presse écrite (représentant trente-neuf supports différents) et cinquante-sept journalistes de télévision (représentant vingt-sept chaînes) seront invités.

Une visite de découverte du potentiel lyonnais en matière de création sera proposée aux journalistes pour optimiser les retombées médiatiques pour Lyon et les secteurs de la mode-crédation,

. la réalisation d'un kit d'accueil pour les grands acheteurs internationaux

En 2005, des actions de communication seront mises en place pour améliorer l'accueil des grands acheteurs dans le salon et dans la ville et promouvoir le potentiel de la région lyonnaise en matière de création mode. Un kit d'accueil centralisant différentes informations sur le salon et la ville sera réalisé en 2 500 exemplaires. Le contenu valorisera la démarche Lyon vision mode et les acteurs économiques de la filière.

. l'organisation d'un événement international à l'hôtel de Ville

Un événement sera organisé à l'hôtel de ville de Lyon, pour inscrire le salon dans une dynamique de convivialité et de modernité.

Cet événement comprendra une cérémonie de remise des Awards Lyon Mode City en présence de quatre cents invités (exposants, acheteurs, presse internationale). L'objectif est de valoriser les grands acheteurs en distinguant par une récompense leur valeur ajoutée créative, leur internationalisation et l'évolution de leur réseau. Cet événement valorisera également les finalistes du concours régional de la création d'entreprise, les trophées de la jeune entreprise de mode, avec la remise d'un prix spécial création régionale.

Le budget prévisionnel

Dépenses	Montant (en € TTC)
plan médias -accueil presse internationale	83 720
kit de communication grands acheteurs	25 800
événement - concours	100 278
total	209 798
Recettes	
région Rhône-Alpes	60 000
communauté urbaine de Lyon	60 000
partenaires privés	89 798
total	209 798

L'évaluation de la Fédération française de l'industrie de la maille et de la bonneterie, pour les actions 2005, portera sur :

- le développement du salon Lyon, Mode City et Interfilères (nombre de visiteurs et d'exposants internationaux) : croissance attendue de + 5 % pour Lyon, Mode City et + 3 % pour Interfilères,
- la valorisation des industriels de la région et de l'agglomération lyonnaise à travers les différents supports de communication mis en place,
- les retombées presse et télévision aux niveaux national et international pour le salon, la région lyonnaise et les entreprises régionales.

Les modalités

Il est proposé que la Communauté urbaine intervienne au profit de la Fédération française de l'industrie de la maille et de la bonneterie à hauteur de 60 000 € 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 la Fédération française de l'industrie de la maille et de la bonneterie.

2° - Approuve le versement d'une subvention annuelle d'un montant de 60 000 € pour l'exercice 2005.

3° - Cette dépense sera imputée au budget 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,