

Séance publique du 1 mars 2006

Délibération n° 2006-3232

commission principale : développement économique

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

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

Le Conseil,

Vu le rapport du 7 février 2006, par lequel monsieur le président expose ce qui suit :

La Communauté urbaine 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.

1 - 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 en partenariat avec les professionnels de la mode et de la création.

L'objectif de cette politique est de positionner l'agglomération lyonnaise 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 la Communauté urbaine 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,
- 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.

2 - ModaLyon, l'association pour le développement de l'université de la mode

ModaLyon, l'association pour le développement de l'université de la mode 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 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.

3 - Le marché de la mode vintage : concept et objectif

Le marché de la mode vintage est un événement unique en France, créé sur l'initiative des étudiants du Master mode et création de l'université Lyon 2.

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, vente aux enchères, 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. L'entrée pour les visiteurs est libre et gratuite.

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 participe au positionnement de l'agglomération comme métropole européenne de mode.

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.

La seconde édition, qui a eu lieu le 5 avril 2003, également au marché de gros de Lyon, a confirmé que l'événement remportait un réel intérêt. L'événement a bénéficié d'importantes retombées médiatiques et a réuni environ 70 exposants et 3 000 visiteurs. L'édition 2004 a accueilli 170 exposants et 9 000 visiteurs.

4 - Le bilan de l'édition 2005

Le marché de mode vintage a eu lieu le 9 avril 2005. Les objectifs définis avec la Communauté urbaine ont été atteints :

- le nombre de 200 exposants a été atteint avec un taux de remplissage de 100 % compte tenu de la superficie allouée par le marché de gros. Le nombre de visiteurs a continué d'augmenter en approchant les 10 000 personnes,
- la volonté de conserver une identité marché en évitant de devenir un salon de professionnels et de rester également un événement festif,
- de nouveaux exposants mais surtout des spécialistes et visiteurs, avec une fréquentation en hausse des visiteurs étrangers venant de Suisse, de Belgique, de Hollande et d'Italie,
- la mise en place d'un questionnaire de satisfaction visant à évaluer la satisfaction des exposants et des visiteurs présente des résultats très positifs : chiffre d'affaires moyen par exposant : 500 €, 52,2 % sont des nouveaux exposants et 76,1 % pensent revenir l'an prochain, 41 % des visiteurs ont acheté, 80 % des visiteurs pensent revenir l'an prochain car ils ont été satisfaits de l'événement,
- succès du carreau des créateurs mais volonté d'affiner la sélection pour l'édition 2006,
- retombées dans la presse plus importantes que les autres années : une quarantaine d'articles dont un important dans le journal américain : Women's Wear Daily.

5 - Le plan de développement 2006

La cinquième édition du marché de la mode aura lieu le 8 avril 2006.

Les objectifs proposés en 2006 sont les suivants :

- en raison de la capacité d'accueil du marché de gros, maintien de 200 exposants avec un contrôle plus qualitatif et pointu, ouverture aux exposants des places européennes comme Genève, Londres, Anvers, Bruxelles, et Milan,
- développer les côtés national et international de l'événement en faisant venir des exposants étrangers mais aussi des visiteurs et en diffusant plus de communication dans les villes de mode telles que Londres, Anvers, Bruxelles, Genève et l'Italie,

- amplifier le plan de communication prévu avec des actions auprès des rédactrices de mode pendant les défilés de janvier 2006 à Paris,
- partenariat avec le Village des créateurs, dont le but est de faire venir sur le carreau des créateurs au niveau national. Ceux-ci seront des relais dans différentes villes pour diffuser notre communication. Des démarches ont été entreprises pour faire venir des créateurs étrangers chargés d'être des relais de communication dans leur pays,
- renouvellement des animations avec une meilleure mise en scène des ateliers pour une meilleure visibilité. Une vente aux enchères sera organisée pour la troisième fois avec un nombre de pièces plus réduit (entre 10 et 15) mais de très grande qualité,
- trouver de nouveaux partenariats.

Dans le cadre de ces objectifs, beaucoup de nouveautés sont proposées :

- un nouveau partenariat avec le magazine WAD (magazine de mode urbaine reconnu dans le monde de la mode pour son avant-gardisme et sa recherche de nouvelles tendances). Un partenariat a également été conclu avec Euronews et le groupe l'Officiel (magazines Officiel et Jalouse),
- développement d'un nouveau secteur du vintage qui est en plein essor à Paris et à l'étranger : la section enfants,
- faire venir en nombre et de façon régulière les fripiers et antiquaires de mode.

6 - Le budget prévisionnel 2006

Dépenses

Poste	Montant en euros TTC
frais de personnel/secrétariat	24 801
communication	42 480
animations	2 600
matériel/frais divers	9 020
frais de promotion/réception	21 099
total	100 000

Plan de financement

Financement	Montant en euros TTC
Communauté urbaine	30 000
Conseil régional	20 000
ModaLyon, association pour l'université de la mode (dont location de stand et vente)	25 000
sponsors et partenaires	25 000
total	100 000

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 intervienne, en 2006, au profit de ModaLyon, association pour le développement de l'université de la mode à hauteur de 30 000 € pour permettre la réalisation de la cinquième édition du marché de la mode ;

Vu ladite convention ;

Ouï l'avis de sa commission développement économique ;

Ouï l'intervention de monsieur le rapporteur précisant que dans le délibéré, il convient de lire :

4° - La dépense - compte 657 480 - ...

au lieu de

4° - La dépense.... - compte 657 380 - ...

DELIBERE

1° - Accepte les modifications proposées par monsieur le rapporteur.

2° - Donne un avis favorable à la signature de la convention avec ModaLyon, l'association pour le développement de l'université de la mode et au versement d'une participation d'un montant de 30 000 €.

3° - Autorise monsieur le président à signer la convention d'application.

4° - La dépense correspondant à 30 000 € sera prélevée sur les crédits inscrits au budget principal de la Communauté urbaine - exercice 2006 - compte 657 480 - fonction 90.

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